



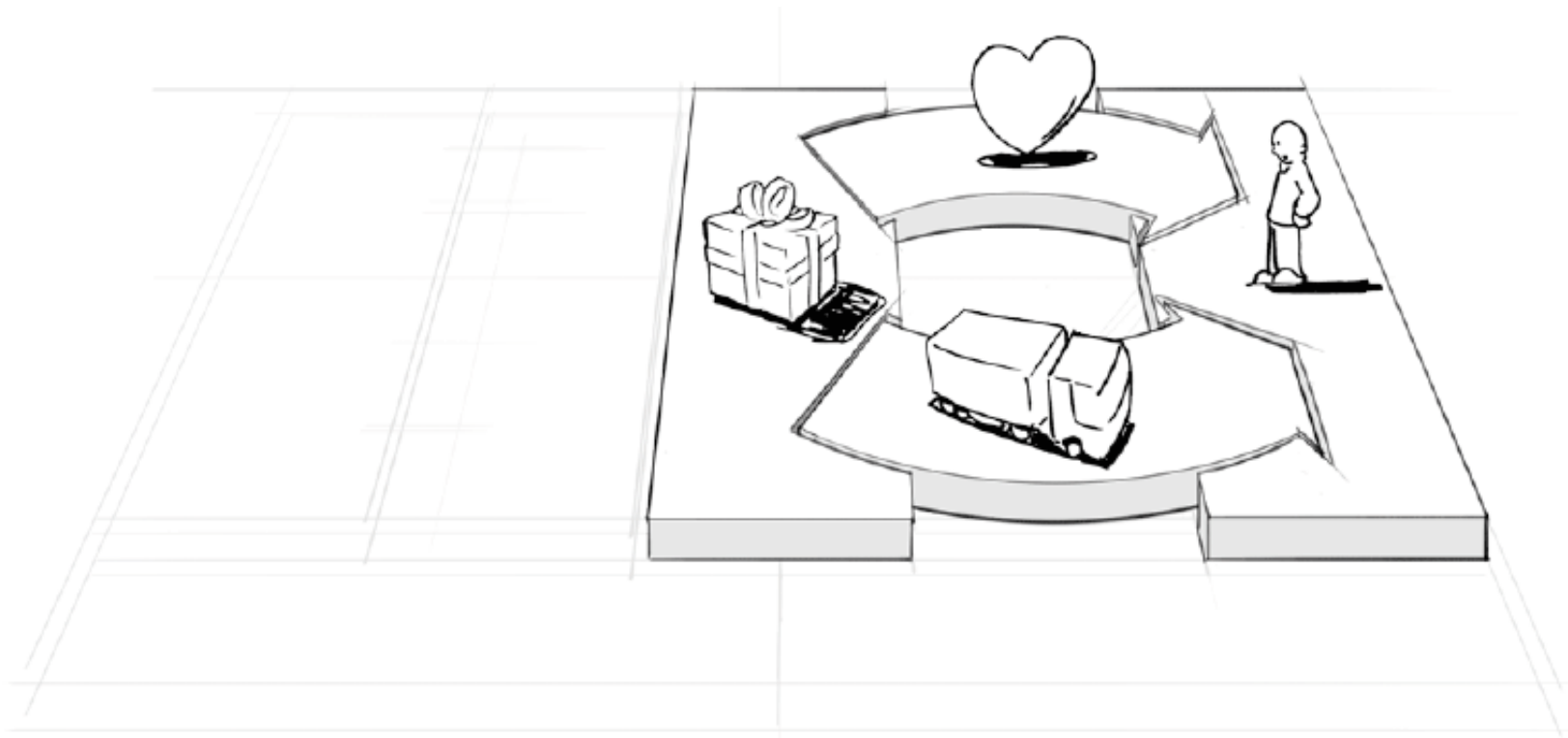
Marketing de éxito: En qué es competitiva mi empresa

Ramón Ferrandis Ruiz

FormaEmprén. Programa de capacitació d'emprenedors

Qué busca el marketing





El cliente es lo primero



Identificar
Segmento

Detectar
Necesidades

Diseñar
MK Mix

**UN SEGMENTO DE CLIENTES
NO ES UN GRUPO DE
PERSONAS**

¿Quiénes son tus clientes?



¿Dónde estás en la cabeza de tus clientes?











Posicionamiento marcas de leche:



¿Dónde quieres estar?

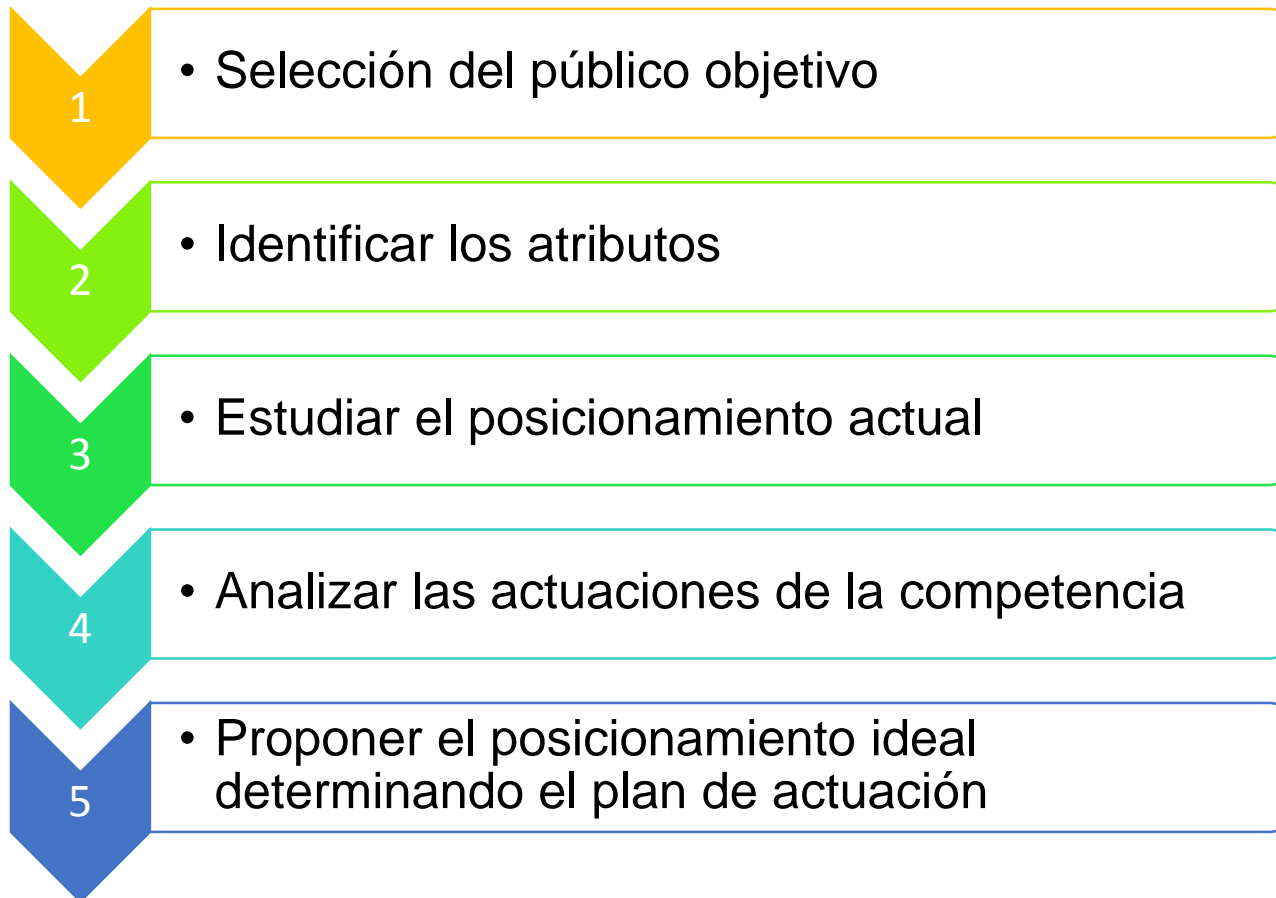


Compárate con tus competidores

Factor	NUESTRA								
Permite crear juegos sin programar	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI/NO
Permite crear juegos programando	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO
Interacción simultánea de varios usuarios	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Protección contra la piratería	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO
Duración de la licencia	Anual	Anual	Permanente	Anual	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente	Anual
Usuarios máximos por licencia	7	1	1	Infinitas	1	1	1	1	2
Dispone de versión gratuita	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Número de versiones disponibles	4	2	3	3	2	3	2	2	3
Precio versión más avanzada (€)	225,00	220,78	329,99	212,66	94,51	590,70	1.107,58	72,00	146,00

Posicionamiento

El posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a la empresa o sus marcas, con intención de que su público objetivo perciba y aprecie la diferencia competitiva de una marca o empresa sobre otras



¿Cómo puedes competir?

- Precios Bajos
- Precios Altos

Costes



- Producto
- Servicios
- Imagen
- Personas

Diferenciación



- Nicho de mercado

Especialización

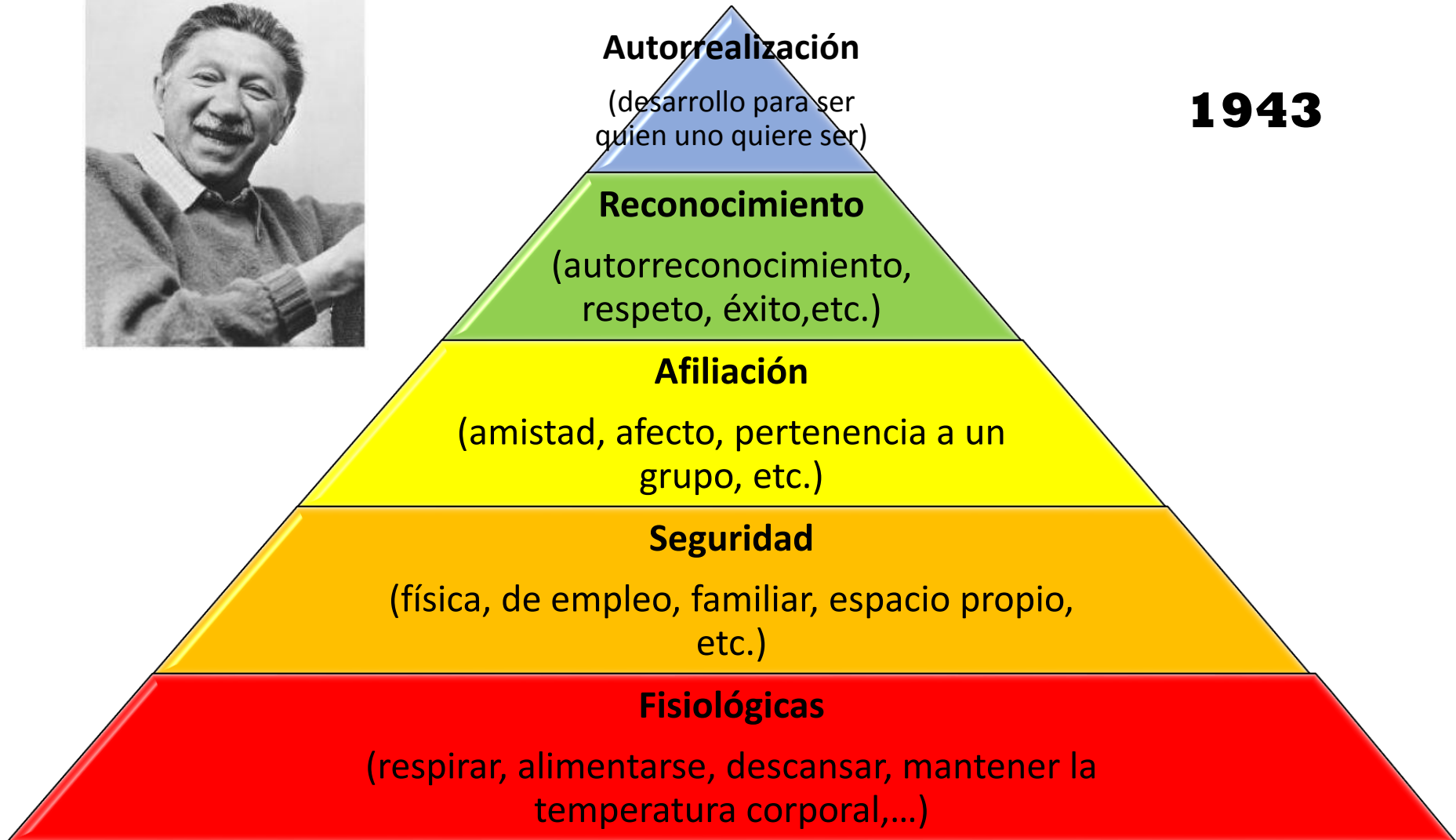


Pirámide de Necesidades de Maslow

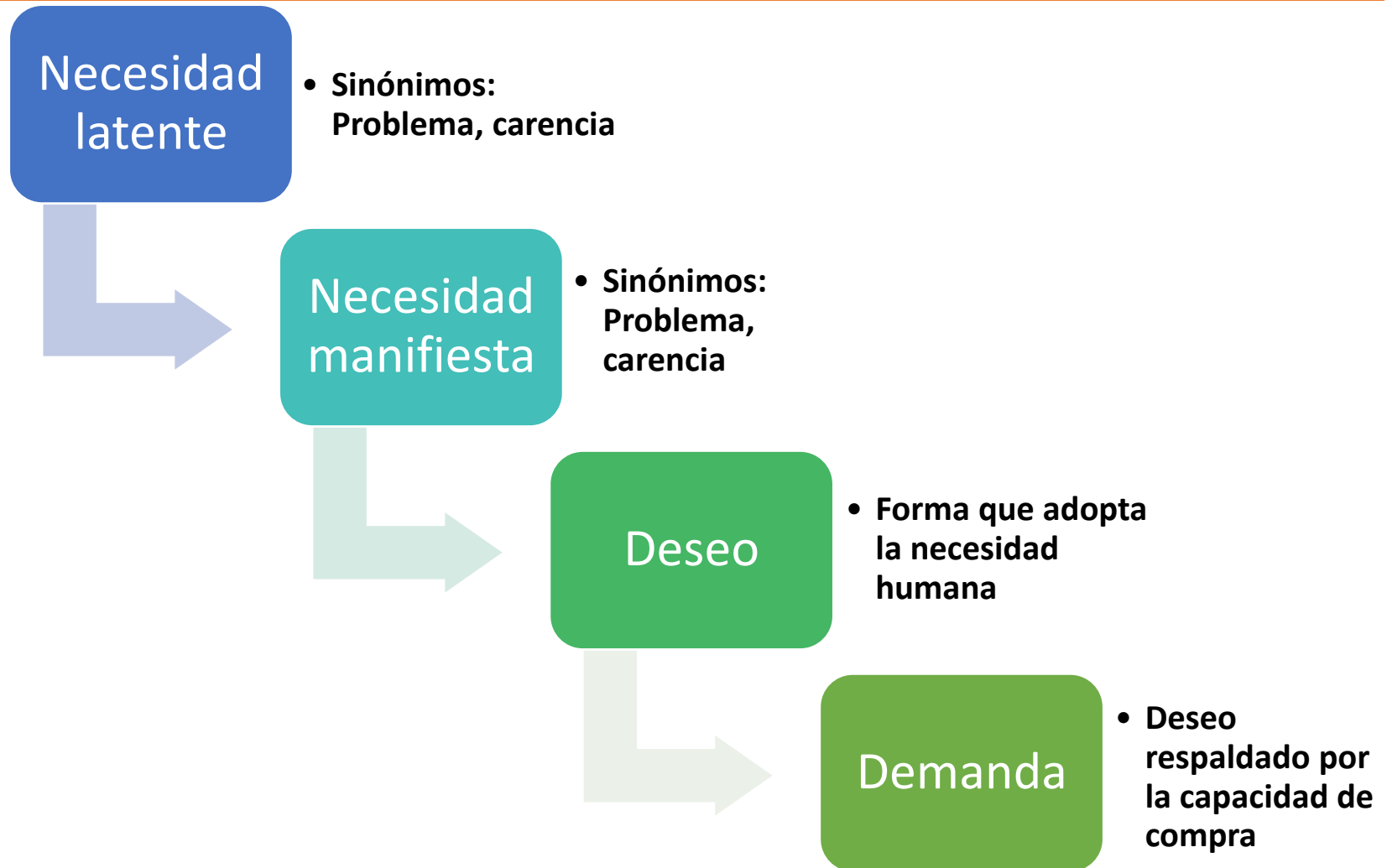
<https://www.youtube.com/watch?v=fI9bSWfFK2Q>



1943



Necesidad – Deseo - Demanda



Proceso de decisión de compra

VARIABLES INTERNAS

- Motivación
- Percepción
- Experiencia
- Característ. personales
- Actitudes

1

- Reconocimiento de un problema
- Necesidad manifiesta

2

- Búsqueda de información

3

- Evaluación y análisis de alternativas
- Formación de percepciones y preferencias

4

- Decisión de Compra o No Compra

5

- Sensaciones posteriores a la compra: Satisfacción o Insatisfacción

VARIABLES EXTERNAS

- Entorno económico, político y legal
- Culturas
- Grupos sociales
- Familia
- Influencias personales
- Situaciones

MAPA DE EMPATÍA

SEGMENTAR



EMPATIZAR

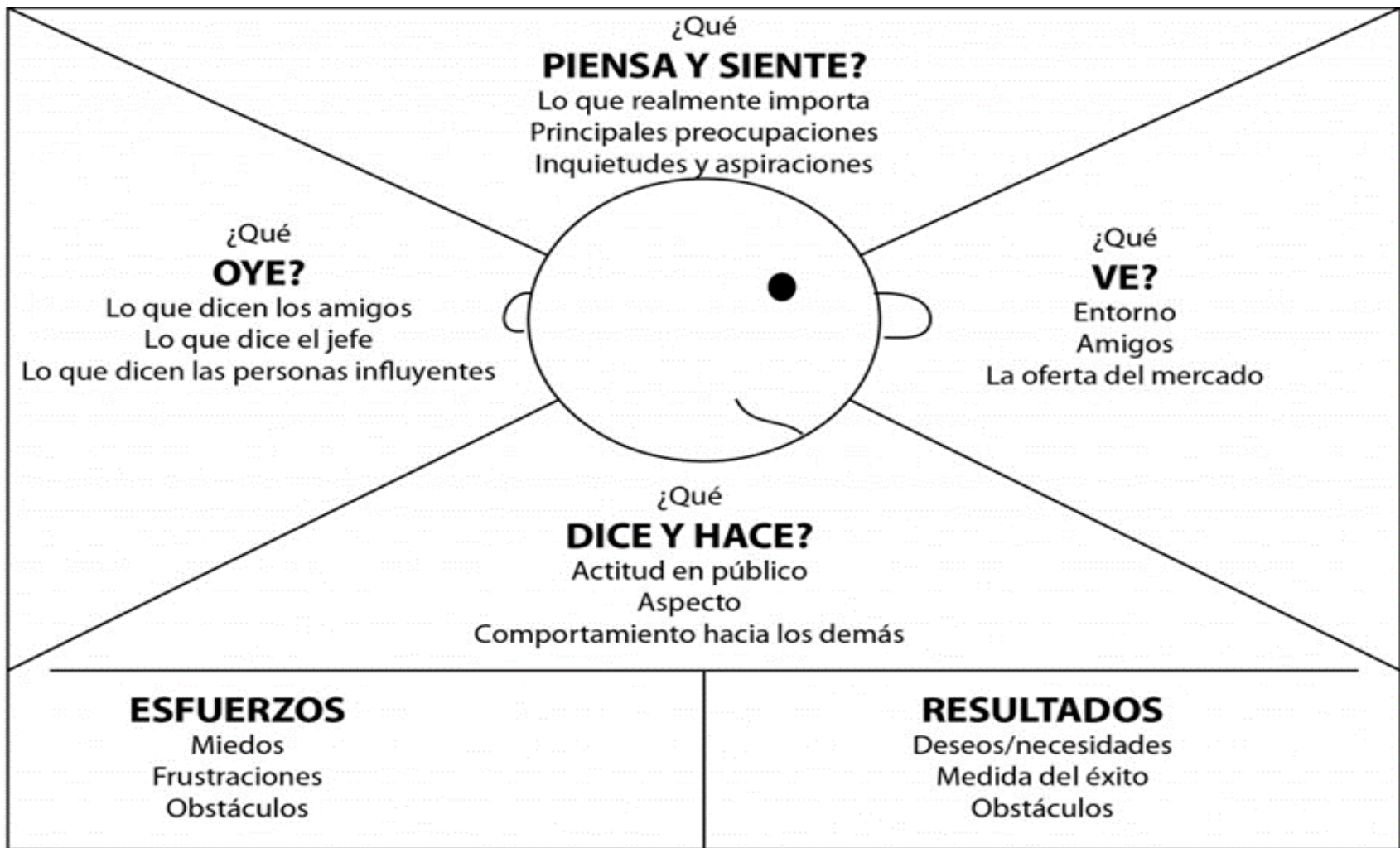


HUMANIZAR



VALIDAR





**IDEA DE NEGOCIO:
RESTAURANTE CON MENUS
ESPECIALES PARA
DEPORTISTAS Y COMIDA PARA
LLEVAR**



SEGMENTO DE CLIENTES:

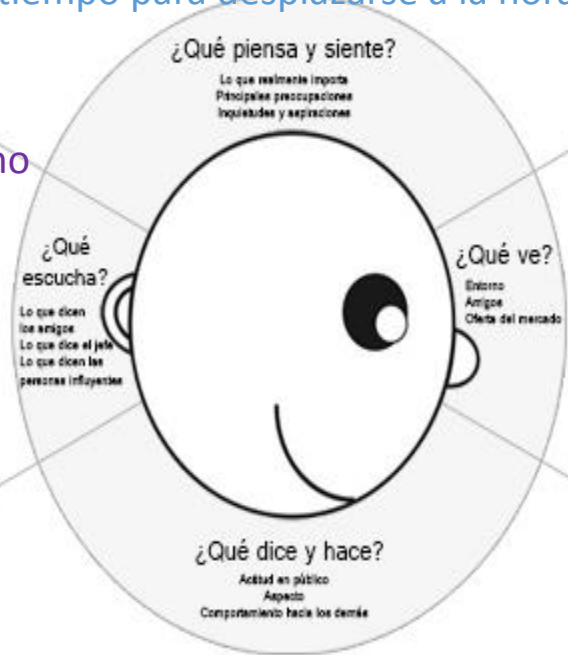
**AFICIONADOS AL DEPORTE QUE
LLEVAN DIETA CONCRETA EN
FUNCIÓN DEL DEPORTE**

**NUESTRO CLIENTE:
SILVIA, DE 30 AÑOS, TRABAJA
EN ASESORÍA, SOLTERA Y
PRÁCTICA DE DEPORTE
REGULARMENTE**



Le gusta cuidar su aspecto físico; cree que a través del deporte y la alimentación saludable lo puede conseguir.
Estar en forma es importante para ella, el deporte le motiva y le hace sentirse mejor (endorfinas)
Es metódica y le gusta seguir su rutina diaria.
Le preocupa que no pueda seguir su dieta cuando sale.
No tiene tiempo para desplazarse a la hora de comer.

Quejas porque han engordado, pero no cambian hábitos.
Hablar sobre restaurantes y dietas.
Le comentan que está en forma y le preguntan cómo lo hace.
A otros que no hacen deporte ni se alimentan bien y no le gusta.



Los que no hacen deporte están menos saludables que ella.
La oferta para deportistas es amplia excepto en alimentación.
Los restaurantes no se preocupan apenas de las dietas de sus clientes.
En su entorno sus amigos también son deportistas y se preocupan por su alimentación y por realizar algún tipo de ejercicio.

Le gusta explicar qué dietas y ejercicios hace.
Si va a un restaurante que le encaja lo recomienda a sus amigos.
Cuida su aspecto y hace deporte: va al gimnasio, hace crossfit y sale a correr.
Disfruta saliendo por ahí con sus amigos.

ESFUERZOS

Es difícil encontrar rest. donde sentirse a gusto.
Le frustra tener que comer a toda prisa.
No quiere perder su forma física.

RESULTADOS

Seguir su plan de alimentación y ejercicio le hace sentirse mejor.
Elimina el estrés con el deporte.
Le gusta superar sus límites y marcarse retos



VALIDA LAS HIPOTESIS

**ORIENTA LO QUE OFRECE TU
EMPRESA A LOS GRUPOS DE
PERSONAS SELECCIONADOS**



¿ QUIÉN ES MI CLIENTE?	¿QUÉ PROBLEMA/NECESIDAD TIENE?	¿QUÉ PRODUCTO CUBRE ESA NECESIDAD?	¿CÓMO ACCEDE EL CLIENTE AL PRODUCTO?	¿DÓNDE DEBEMOS OPERAR EN LA CADENA DE VALOR?	¿CÓMO OBTENEMOS BENEFICIOS?
<p>Identifica todos los posibles grupos de clientes</p>	<p>Identifica todas los posibles problemas/necesidades que pueden tener estos grupos de clientes.</p>	<p>Haz un listado de todos tus productos tengas ya en cartera o pienses incorporar</p>	<p>Pon aquí todas las opciones que tiene el cliente para acceder a tus productos</p>	<p>Identifícate en la cadena de valor del sector donde operas.</p>	<p>Establece aquí todas las opciones que tiene tu empresa para conseguir beneficios.</p>

**SE TRATA DE OBTENER
UNIDADES
ESTRATÉGICAS DE
NEGOCIO**

IDEA DE NEGOCIO:

**PASTELERIA CON OBRADOR
INDUSTRIAL EN ALICANTE
MAESTRO RECONOCIDO EN EL
SECTOR**

¿ QUIÉN ES MI CLIENTE?	¿QUÉ PROBLEMA/NECESIDAD TIENE?	¿QUÉ PRODUCTO CUBRE ESA NECESIDAD?	¿CÓMO ACCEDE EL CLIENTE AL PRODUCTO?	¿DÓNDE DEBEMOS OPERAR EN LA CADENA DE VALOR?	¿CÓMO OBTENEMOS BENEFICIOS?
<p>Usuario afincado en la zona de influencia</p> <p>Usuario nacional</p> <p>Cliente extranjero</p> <p>HORECA</p> <p>Pastelerías</p>	<p>Placer</p> <p>Lujo democrático</p> <p>Exclusividad (gourmet)</p> <p>Innovación</p> <p>Customización</p> <p>Calidad (ingredientes)</p> <p>Prestigio personal "Quedar bien"</p>	<p>Helados (sabores y edic. limitadas)</p> <p>Helados marca blanca</p> <p>M.P. Denominación española</p> <p>Chocolates personalizados</p> <p>Chocolates marca blanca</p> <p>Regalo</p>	<p>Tienda Física</p> <p>Tienda online</p> <p>Pastelerías (HORECA)</p>	<p>Detallista</p> <p>Fabricante</p> <p>Mayorista</p>	<p>Venta directa</p> <p>Venta distribuidor</p>

¿ QUIÉN ES MI CLIENTE?	¿QUÉ PROBLEMA/NECESIDAD TIENE?	¿QUÉ PRODUCTO CUBRE ESA NECESIDAD?	¿CÓMO ACCEDE EL CLIENTE AL PRODUCTO?	¿DÓNDE DEBEMOS OPERAR EN LA CADENA DE VALOR?	¿CÓMO OBTENEMOS BENEFICIOS?
<p>Usuario afincado en la zona de influencia</p> <p>Usuario nacional</p> <p>Cliente extranjero</p> <p>HORECA</p> <p>Pastelerías</p>	<p>Placer</p> <p>Lujo democrático</p> <p>Exclusividad (gourmet)</p> <p>Innovación</p> <p>Customización</p> <p>Calidad (ingredientes)</p> <p>Prestigio personal "Quedar bien"</p>	<p>Helados (sabores y edic. limitadas)</p> <p>Helados marca blanca</p> <p>M.P. Denominación española</p> <p>Chocolates personalizados</p> <p>Chocolates marca blanca</p> <p>Regalo</p>	<p>Tienda Física</p> <p>Tienda online</p> <p>Pastelerías (HORECA)</p>	<p>Detallista</p> <p>Fabricante</p> <p>Mayorista</p>	<p>Venta directa</p> <p>Venta distribuidor</p>

DAFO



¿Qué vendes realmente?
El producto ampliado

¿Qué tipo de producto tienes?



Producto



3TS998 - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006241100



3TS988B - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006238377



3TS986X - Lavadora ExtraSilencio Acero antihuellas EAN: 4242006238360



3TS986B - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006238353



3TS984X - Lavadora ExtraSilencio Acero antihuellas EAN: 4242006238346

Plan Renove



Balay con el medio ambiente



Etiqueta Energética



Productos Ecoeficientes



Eshop de accesorios y repuestos

Preguntas frecuentes

Descarga nuestros manuales de instrucciones

Accesorios y repuestos online

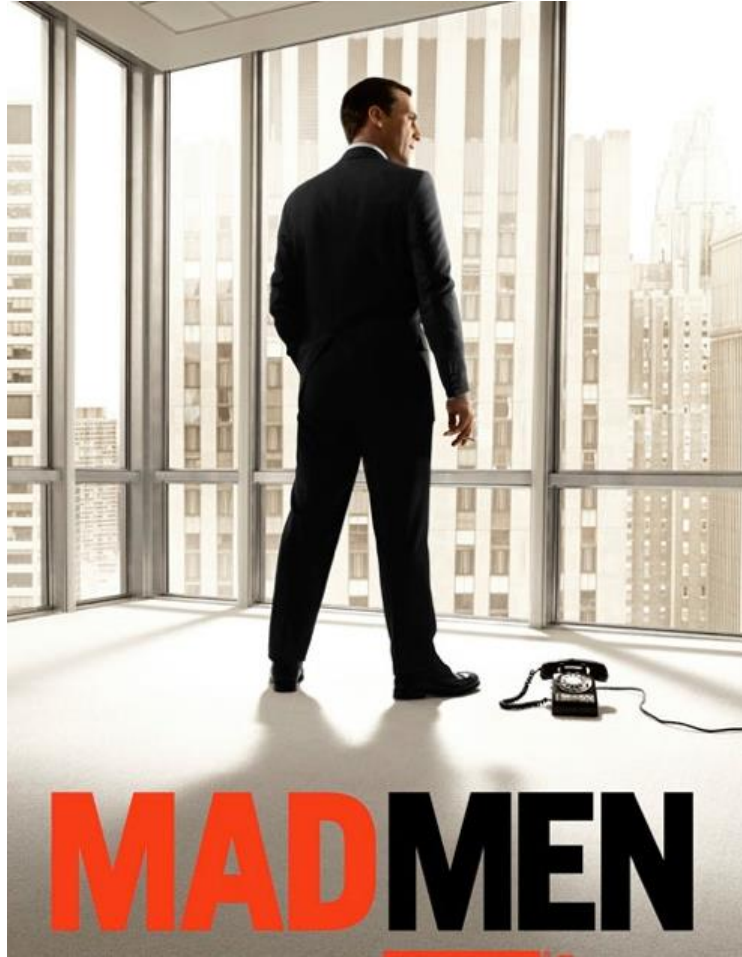
Asistencia Técnica
902 145 150*

*Tlf. fijo: 976 30 57 12

Amplía tu garantía de 2 a 5 años

TECNOLOGÍA vs EMOCIÓN

<https://www.youtube.com/watch?v=AGl4X3moG24>



MAD MEN

Producto = Razón + Emoción

https://www.youtube.com/watch?v=_XhGRmxdINU



3TS998 - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006241100



3TS988B - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006238377



3TS986X - Lavadora ExtraSilencio Acero antihuellas EAN: 4242006238360



3TS986B - Lavadora ExtraSilencio Blanco EAN: 4242006238353



3TS984X - Lavadora ExtraSilencio Acero antihuellas EAN: 4242006238346

Plan Renove



Balay con el medio ambiente



Etiqueta Energética



Productos Ecoeficientes



Eshop de accesorios
y repuestos

Preguntas
frecuentes

Descarga nuestros
manuales de instrucciones

Accesorios
y repuestos online

Asistencia Técnica
902 145 150*

*Tlf. fijo: 976 30 57 12

Amplía tu garantía
de 2 a 5 años

https://www.youtube.com/watch?v=aKS_KQ7ld50

**EL GIGANTE GOOGLE TAMBIÉN
BUSCA EMOCIONAR**



<https://www.youtube.com/watch?v=gHGDN9-oFJE>

**USA GOOGLE PARA
ENCONTRAR A TUS SERES
QUERIDOS**

**¿Cómo Emocionar a
tus CLIENTES?**



**¿QUIÉN
ERES?**

Branding

“ El branding es tomar
cada oportunidad

PARA EXPRESAR 
A LA GENTE 

porque escoger **SU** marca
y no a su competidor. ”

Branding



EL CASO DE ESTRELLA DAMM

Branding



<https://www.youtube.com/watch?v=5NW>

Política de precios.
Mucho más que hacer descuentos.

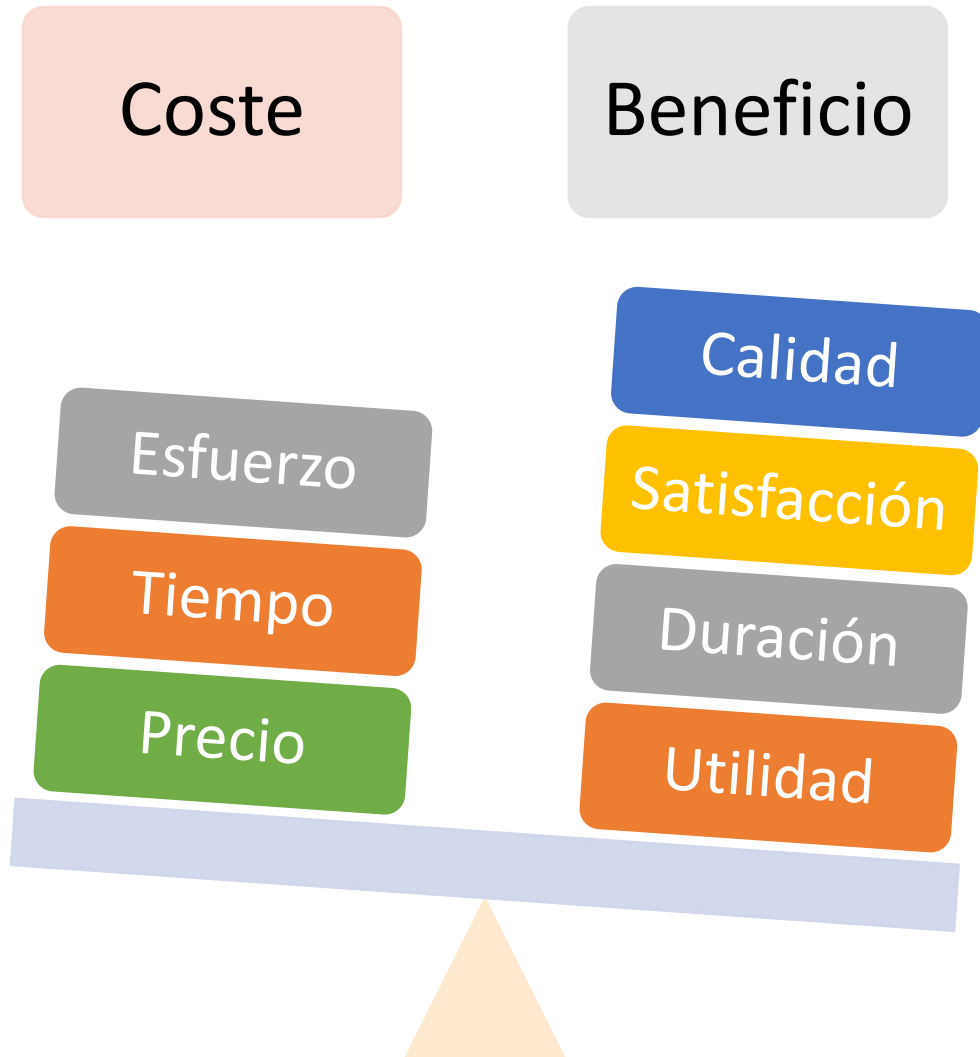
La frase

La **gente** se mueve

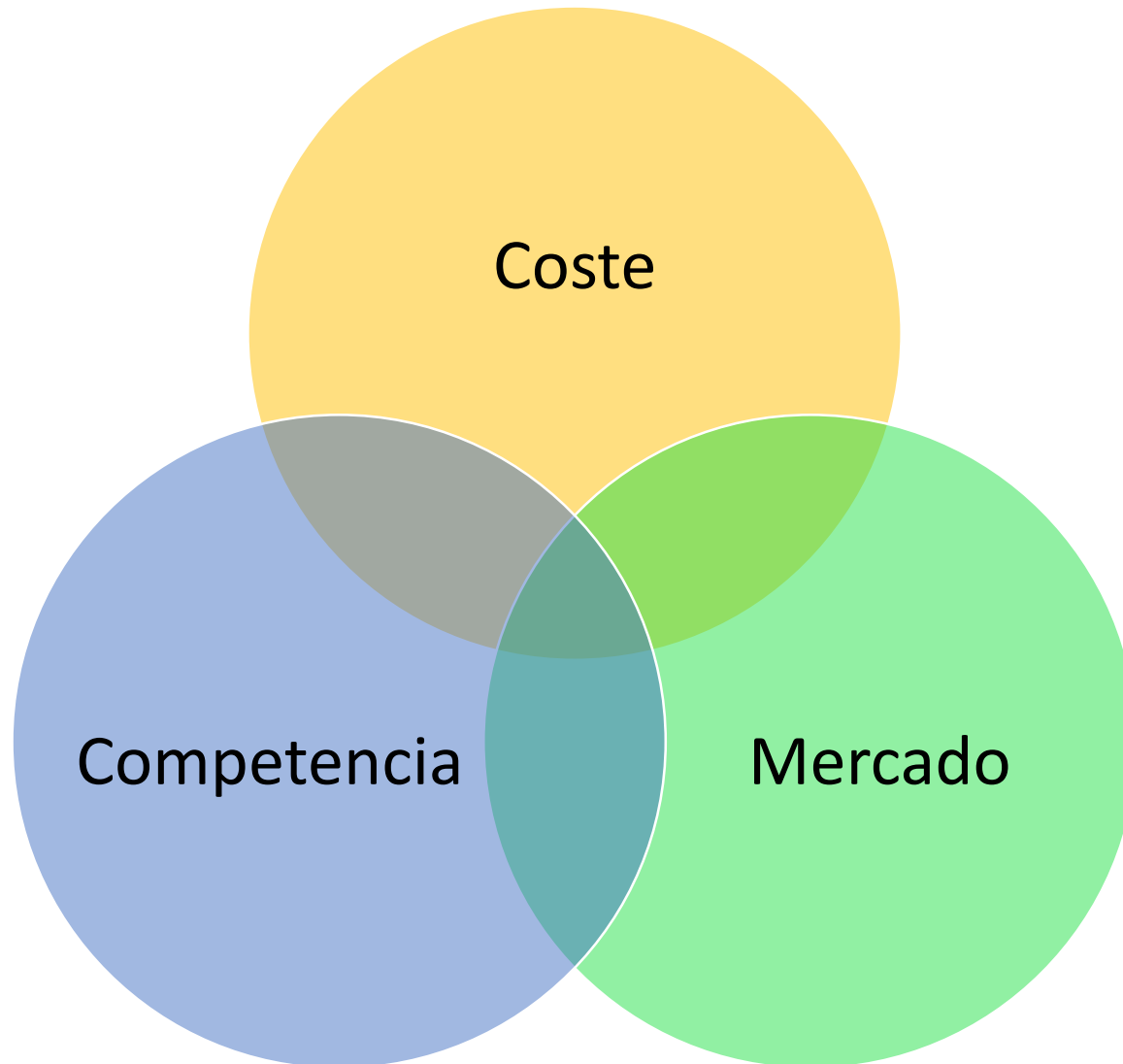
por **precio**

<https://www.youtube.com/watch?v=uEfN7hicUDU>

Valor – Coste - Satisfacción



Métodos de fijación del precio



Modelos de ingresos

Freemium = Free + Premium

Pago por unidad consumida

Pago por suscripción

Bonos

Precio por pack

¿Algo más?

... y también descuentos

Cupones descuento

En próximas compras

Durante un periodo

En la misma compra (3x2,...)

Anunciados / Sorpresa

Superdescuentos

Por traer nuevos clientes

¿Algo más?

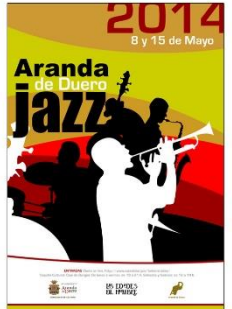
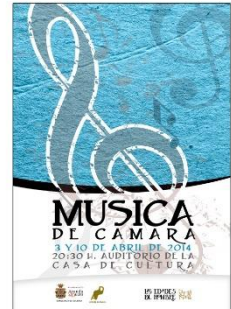
Comunicación. On-line y Off-line

¿Cuál es tu tasa de conversión?

Embudo de Conversión Clásico



El mundo off-line también existe



¿Dónde estás?



FOURSQUARE

Aliados

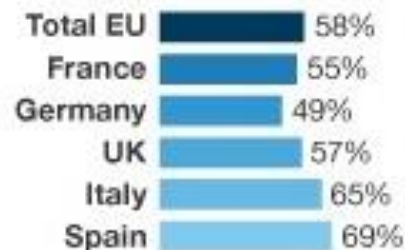


Redes Sociales

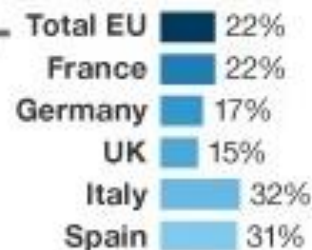


Redes Sociales

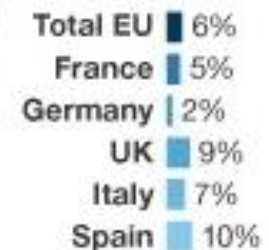
Facebook



Google+



LinkedIn



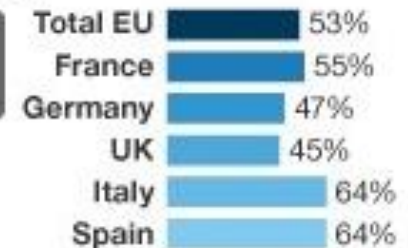
Pinterest



Twitter



YouTube



Redes Sociales

TU MARCA EN LAS DIFERENTES

#REDESSOCIALES



DARTE A CONOCER
GANAR VISIBILIDAD
FIDELIZAR CLIENTES
COMUNICAR PROMOCIONES

CREAR CONTENIDOS DE CALIDAD
VÍDEOS SOBRE TU MARCA Y PRODUCTOS
LLEGAR DE MANERA DINÁMICA AL CLIENTE

SABER QUE SE DICE DE TU MARCA
SERVICIO CLIENTE POSTVENTA
DIALOGAR CON LOS USUARIOS

BUSCAR NUEVAS COLABORACIONES
FACILITAR RELACIONES CON OTRAS MARCAS
CREAR IMAGEN CORPORATIVA

DECIDIR EN EL PROCESO DE COMPRA
MOSTRAR TUS PRODUCTOS
CAPTAR NUEVOS CLIENTES

MEJORAR TU POSICIONAMIENTO
GANAR VISIBILIDAD
CREAR UNA COMUNIDAD

MOSTRAR TUS PRODUCTOS
CREAR UNA COMUNIDAD
MEJORAR LA IMAGEN DE MARCA



CAÑAS PARA TODOS

<https://www.youtube.com/watch?v=cY5UGqdG7A8>

Aliados



**¿INFLUENCIADORES
O EMBAJADORES?**

Ads-liados

Google Ads



Consiga nuevos clientes hoy,
con Google AdWords



facebook
Ads



Anuncios de Facebook

Anunciarse en Facebook es una manera sencilla de encontrar a las personas adecuadas, captar su atención y conseguir resultados.

Crear un anuncio

Distribución.

Aprovecha tu local para vender más.

El Punto de Venta

Lugar para despachar....

o para vender

Punto de venta físico o virtual



amazon

Objetivos del punto de venta

Que el cliente...

Entre

Compre

Se vaya satisfecho de la experiencia

El Punto de Venta...antes de entrar



El Punto de Venta...antes de entrar

El Corte Inglés

CLICK&COLLECT ¡GRATIS!

DEL 19 AL 30 DE ABRIL

MID SEASON SALE

MODA, ACCESORIOS, LENCERÍA Y ZAPATERÍA **HASTA -40%** DESCUENTOS DE TEMPORADA

fórmula
JOVEN

- 40%

EASY WEAR

- 40%

tintoretto

- 40%

ANTEA

- 30%

Brotos

GAP

Escorial Terci

**MAS OFERTAS DE
MID SEASON**

AliExpress Plaza **MARCAS DESTACADAS | XIAOMI**
OFERTAS XIAOMI SOLO PARA ESPAÑA

AliExpress emplea cookies para ofrecerte un servicio más personalizado. Si continúa navegando entenderemos que acepta nuestra Política de Privacidad y de Cookies y los Términos de Uso de nuestro sitio web.

Protección del comprador Ayuda Gasta menos con la app Enviar a EUR Go to Global Site (English)

AliExpress (Compra fácil, vive mejor)

Estoy buscando... Todas las categorías Mi AliExpress

CATEGORÍAS Ver todas >

PLAZA, envíos desde España Ofertas relámpago SuperVentas Marcas Destacadas Mundo Geek Tendencias

- Moda hombre
- Moda mujer
- Telefonía
- Informática
- Electrónica
- Joyería y relojes
- Casa y jardín
- Zapatos y bolsos
- Mamá y bebé
- Deportes y ocio
- Salud y belleza
- Motor
- Bricolaje

AliExpress Plaza

RELOJES QUE NO TE QUERRÁS QUITAR

Marcas destacadas para tu muñeca

ATRÉVETE A DESLUMBRAR

En promoción **19-20 abr**

PLAZA



Bienvenido a la COMPRA ON LINE

Regístrate como Cliente

- A través de esta opción accederá al formulario para convertirse en cliente del Supermercado on-line no teniendo que volver a escribir sus datos.

- Condiciones generales de compra
- Cliente registrado

E-mail / Usuario de acceso

Contraseña

[¿Ha olvidado el usuario o la contraseña?](#)

Usted podrá conocer el damos servicio en su domicilio registrándose como cliente, consultando a través del siguiente formulario de [Atención al Cliente](#) o llamando al teléfono nº 902.115.177 de Lunes a Sábado de 9:00 h 21:30h.



[Español]

Producto Proveedor



Categorías

- Accesorios de Moda >
- Belleza y Cuidado Personal >
- Coches y Motocicletas >
- Componentes y Suministros Eléctricos >
- Comunicaciones >
- Construcción e Inmobiliaria >
- Deportes y Recreación >
- Electrónica de Consumo >
- Empaquetado e Impresión >
- Equipos y Suministros Eléctricos >
- Hardware y Software >
- Herramientas >
- Hogar y Jardín >

¡LIQUIDACIÓN DE STOCK A LO GRANDE!

Ropa y Accesorios. Calzado. Electrónica

Categorías Destacadas

Joyería

Cuidado de la Salud

Accesorios Teléfono

Muebles Hogar

Regalos y Artesanías

[Comprar](#) | [Vender](#)

- ¿Qué es Alibaba.com?
- Consejos de seguridad
- Comunidad Hispana
-
- Guía del Comprador

El Punto de Venta...el local



- Tamaño del espacio
- Iluminación
- Colores
- Olores
- Sonidos
- Temperatura
- Mobiliario
- Estilo de decoración
- Disposición del mobiliario
- Complementos de decoración
- Ubicación del mostrador
- Ubicación de la caja
- Zonas Frías
- Zonas Calientes
- Ubicación de productos
- Carteles

El Punto de Venta...la tienda on-line



- Usabilidad
- Rapidez
- Imágenes
- Colores
- Navegabilidad
- Proceso de compra
- Diseño
- Organización de la página
- Ubicación del carrito
- Ubicación de la caja
- Zonas Frías de la pantalla
- Zonas Calientes de la pantalla
- Ubicación de productos
- Banners
- Destacados

El Punto de Venta...las personas



- Vestimenta
- Trato personal
- Venta personal
- Actitud
- Proactividad
- Gestión de la frustración
- Gestión del stress

<https://www.youtube.com/watch?v=m4cwqrBNjbQ>

El Punto de Venta...los complementos



El Punto de Venta...los complementos

MERCADONA Compre online

Conócenos Supermercados Servicios Consejos Actualidad Atención al Cliente

Solo para él

Ver consejo

MANGO

Nuevo Mujer Hombre Niños Violeta Edits

Completa tu look

Sandalia tiras piel 59,99 €	Bolso saco algodón 29,99 €	Gafas de sol montura pasta 12,99 €

Especial jardines y terrazas
Solo hasta el 29 de mayo
[VER FOLLETO >](#)

Cerámica para cocinas
+ de 1800 modelos disponibles
[DESCUBRÍELA >](#)

Especial Renueva tu Casa
Solo hasta el 24 de abril
[VER FOLLETO >](#)

DESCUENTOS DE HASTA EL -70%
ventas FLASH online
UNIDADES LIMITADAS

GUÍA DE ORDENACIÓN
Todas las ideas para ordenar tu casa y aprovechar el espacio al máximo.

GUÍA DE CALEFACCIÓN
Todo lo que necesitas para elegir tu estufa de pellets, chimenea, insert, hogar y otras soluciones para calentar toda la casa.

GUÍA DE COCINAS
Más de 40.000 combinaciones posibles para llevar a cabo tu proyecto de cocina.

GUÍA DE DECORACIÓN
Tendencias, inspiración y consejos para decorar y transformar tu casa a tu gusto.

GUÍA EF. ENERGÉTICA INVIERNO
Acondiciona tu hogar para que sea confortable gastando solo la energía necesaria.

GUÍA DE BRICOLAJE BÁSICO
31 tareas básicas de bricolaje para que pongas tu casa a punto.

GUÍA DE MAQUINARIA DE JARDÍN
Todo lo que necesitas para elegir tu cortacésped, cortabordes, motosierra...

LEROY MERLIN
Da vida a tus ideas

¡Síguenos! [En Leroy Merlin siempre estamos compartiendo oportunidades que no querrás perderte](#)

[WhatsApp](#) [Email](#) [Mobile](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [Pinterest](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#)

CITROËN C3 UN HABITACULO CON VISTAS

noticias
coches.com

Noticias | Fotos | Videos | Consejos | Pruebas | Informes | Coches.com

BMW M4 CS 2017, entre el M4 y el M4 GTS

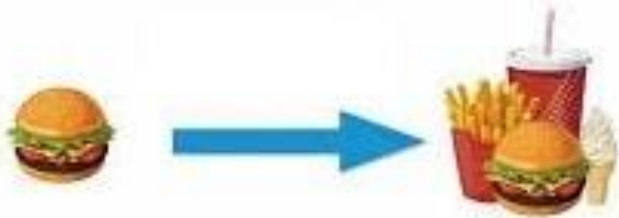
Mercedes Concept A Sedan, un vistazo al futuro

Opel Grandland X 2018, el nuevo SUV alemán

En Reino Unido se plantean dar 2.000 libras a quien se deshaga de su diesel

[NOTICIAS](#) [CONSEJOS](#) [¡Síguenos!](#)

El Punto de Venta... + ideas para vender +



¿Le pongo también un refresco,
unas patatas y un helado?
VENTA CRUZADA (Cross-selling)



¿No quiere una "súper", por un
poco más de dinero?
MEJORA DE GAMA (Up-selling)



Cientes satisfechos



SATISFACER NO IMPLICA



FIDELIZAR

SATISFACCIÓN del 80%

40% repiten

**68% que cambian están
SATISFECHOS**

Objetivos del punto de venta

Que el cliente...

Entre

Compre

Se vaya satisfecho de la experiencia

Quiera volver

Quiera que sus amigos entren

**SI TUS CLIENTES SE
EMOCIONAN FIDELIZAS**

30%
IDENTIFICADOS
70%



A photograph of two kittens sitting on a green lawn. One is black and white, the other is orange and white. They are both looking towards the right. The image is partially obscured by a white vertical bar on the right side.

ANALIZA SU LEALTAD

¿Tenemos su confianza?

¿Qué relación mantenemos con él?

GANATE SU CONFIANZA



¿CÓMO GANARTE SU CONFIANZA?

- **CREDIBILIDAD**
- **IMAGEN DE MARCA/EMPRESA**
- **FIABILIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS**
- **SEGURIDAD QUE TRANSMITIMOS**
- **HONESTIDAD**
- **INTERÉS POR CLIENTE**
- **EN PRO DEL BENEFICIO MÚTUO**

ESTRECHA RELACIONES



¿CÓMO ESTRECHAR RELACIONES?

- **SUPERAR EXPECTATIVAS**
- **CONTACTO CONTINUO (NO SÓLO VENDER)**
- **SORPRENDER AL CLIENTE**
- **PERSONALIZAR SU OFERTA**
- **SOLUCIÓN DE QUEJAS Y COMUNICACIÓN**
- **PROACTIVIDAD Y TRANSPARENCIA**
- **COMPARTIR CONOCIMIENTO**

<https://www.youtube.com/watch?v=FTibzSwHJPo>

PREMIA SU LEALTAD



PREMIA LA LEALTAD

- **REGALOS**
- **DESCUENTOS**
- **EVENTOS**
- **FINANCIACIÓN**
- **FORMACIÓN**
- **CLUBES**

**¿QUÉ VALORA TU CLIENTE
EMOCIONALMENTE ?**

**LAS GRANDES EMPRESAS
SON LAS QUE CUIDAN LOS
DETALLES PEQUEÑOS**

<https://www.youtube.com/watch?v=enYmHRcjBZQ>

iii Muchas gracias y suerte!!!



@RamonCEEIVLC

ramon.ferrandis@ceei.net

www.ceeivalencia.com

www.emprenemjunts.es