



Inter American University of Puerto Rico
US Small Business Administration

Estrategias de Mercadeo

El único propósito del mercadeo es lograr que más personas adquieran sus productos o servicios, más frecuentemente, generando mayores ingresos para su empresa. El plan de mercadeo debe tener este objetivo a la hora de prepararse. En el pasado los especialistas en mercadeo entendían que el mercadeo no significaba vender. Estos opinaban que vender correspondía mejor al área de ventas. Sin embargo, este pensamiento a cambiado. Esto señala Sergio Zyman, Chief Marketing Officer de Coca Cola, en su libro “THE END OF MARKETING AS WE KNOW IT” o en español “El fin del mercadeo según lo conocemos. Según Zyman, el mercadeo no sólo debe crear una imagen en la mente del consumidor, sino que debe lograr que el cliente se decida en comprar nuestro producto o servicio. En su libro menciona además que las empresas no pueden generar ingresos sin no venden el producto y de la única manera que se vende el mismo es logrando que el público lo quiera. De esto se trata el Mercadeo: “LOGRAR QUE EL CONSUMIDOR QUIERA EL PRODUCTO O SERVICIO”

Los dueños de negocios que quieran establecer una clara imagen en la mente del consumidor, necesitan tener esa clara imagen en su mente. Por esto es muy importante planificar las estrategias e implantarlas agresivamente, para lograr ser más efectivos. El resultado será, tener más consumidores con sus productos en las manos o recibiendo sus servicios.

Según Zyman, las estrategias de mercadeo son tan importantes como lo es el mapa de carreteras. En el mapa, se planifica que ruta tomar para llegar al lugar deseado. Las tácticas por su parte serán la manera de lograr la estrategia. Por ejemplo, y siguiendo el ejemplo del mapa, la táctica será el medio de transportación que utilizemos para llegar al lugar deseado.

Una vez se ha definido la estrategia, se deben llevar a cabo las tácticas, teniendo siempre la estrategia como guía. Todas las actividades de promoción que realice la empresa, sus anuncios o cualquier otra táctica debe estar basada en las estrategias de mercadeo. A continuación les menciono brevemente algunos factores que se deben considerar al realizar las estrategias de mercadeo.

Conozca bien los Costos

Los empresarios deben estar bien conscientes de lo que cuesta el producto que vende y de la ganancia que obtendrá. En la medida que el que vende el producto esté mejor informado, mejor lo mercadeará. Es muy importante prestar atención especial a esta información sobre los costos para estar mejor enfocados y lograr las estrategias de mercadeo.

Realice un Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado es una de las herramientas que mejor ayudarán al empresario a conocer mejor su producto o servicio. Además, le ayudará conocer las necesidades que su producto o servicio satisface, y lo que ofrece la competencia. Con esta información será más justo el precio que determinemos para el producto y a su vez, definiremos las estrategias de mercadeo efectivamente.

Identifique Tendencias

Es importante conocer aquellas tendencias que puedan afectar las ventas y la rentabilidad del producto a ofrecerse. Existen desplazamientos poblacionales, condiciones económicas y/o actividades de la competencia que se deben considerar. Identificando estos factores podemos descubrir oportunidades de negocio y redefinir las estrategias.

Planifique la Publicidad

Es importante que antes de pautar anuncios, se desarrolle un plan de publicidad. El objetivo de la publicidad es comunicar efectivamente. Por lo que se debe desarrollar la publicidad basada en las estrategias de mercadeo. Una vez desarrollada la estrategia, se hará mucho más fácil el crear un mensaje claro en los anuncios.

Evalúe los Esfuerzos

Aunque el resultado de las ventas deben ser la mejor herramienta para medir el éxito del mercadeo, también es importante evaluar otros factores. Se recomienda analizar las reacciones de los clientes sobre su producto o servicio y/o si tienen sugerencias para mejorarlo.

Luego de haber evaluado todos estos factores, recuerde que el mercadeo es una disciplina dinámica y por lo tanto requiere supervisión y ajustes continuos.