

Marketing (Conceptos básicos)

Marketing (Basics)

Gerardo Bautista Bautista^a

Abstract:

The current times of creativity and innovation of our modern world, invites us to know and understand the importance of Marketing for the development of a Project or distribution of it in the Capitalist System. Marketing is the way in which a product is presented, priced, sold and distributed to potential customers, as well as for profit companies.

Marketing is a set of activities that relate to projects, services or products with people who are more likely to be attracted to it, so a relationship will be established and the product or service will move from the area of influence of the entrepreneur to the client.

Every entrepreneur considers his Project to be excellent, but he has to perform certain basic actions before carrying it out, that is, the fact that you like the idea and "feel" that it will work does not guarantee that people will run to purchase your product or require your service immediately.

Keywords:

Marketing, Creativity, Innovation, lucrative

Resumen:

Los tiempos actuales de creatividad e innovación de nuestro mundo moderno, nos invita a conocer y entender la importancia del Marketing para el desarrollo de un proyecto o distribución del mismo en el Sistema capitalista. El marketing es la manera en la que un producto es presentado, tasado, vendido y distribuido a los clientes potenciales, así como para sociedades lucrativas.

El marketing es un conjunto de actividades que relacionan a los proyectos, servicios o productos con la gente que es más probable que se sienta atraída por él, por lo que se establecerá una relación y el producto o servicio pasará del área de influencia del emprendedor al cliente.

Todo empresario considera que su Proyecto es excelente, pero tiene que realizar ciertas acciones básicas antes de llevarlo a cabo, es decir, el hecho de que a usted le guste la idea y "sienta" que va a funcionar, no garantiza que la gente corra a adquirir su producto o requiera de inmediato su servicio.

Palabras Clave:

Marketing, Creatividad, Innovación, lucrativas

Introducción

El marketing (mercadotecnia) en la actualidad a influido en gran medida en nosotros, los medios de comunicación y la tecnología son factores para crear necesidades en los consumidores y terminan posicionándose en la mente del consumidor, el cual hace lo posible por comprarlos a la mayor brevedad.

El elaborar un plan de marketing es el inicio para obtener un buen resultado en las ventas y planes financieros que se obtendrían en la propuesta de un servicio o producto bajo la objetividad y organización de un adecuado análisis de Mercado.

Para lograr el éxito preferencial de nuestros proyectos (Productos o servicio) tenemos que tener en mente que en gran medida este se va a alcanzar en la medida de que las organizaciones desarrollen lo que se conoce como plan de marketing donde se explique la estrategia global a seguir en la distribución de lo que emprende, identificando sus mercados potenciales y decidiendo la mejor manera de bajar a ellos.

Concepto de Marketing

^a Gerardo Bautista Bautista, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Preparatoria Número Cuatro, Email: gerardo_bautista2645@uaeh.edu.mx

Es la estrategia comercial a través de la cual se realiza la publicidad o la promoción de un producto o servicio, con la finalidad de obtener la preferencia de los consumidores para su adquisición o consumo.

Conceptos básicos de marketing

Antes de iniciar la aventura de realizar un proyecto, es necesario que se formule preguntas como las siguientes para garantizar el éxito total.

- 1.- ¿Es una buena idea?
- 2.- ¿Quién es mi cliente potencial?
- 3.- ¿Cuál será la reacción del competidor?
- 4.- ¿La idea tendrá aceptación en el Mercado?
- 5.- ¿Cómo sabré si a la gente le gusta o no lo que estoy ofreciendo?
- 6.- ¿Cómo se enterarán de mi proyecto?
- 7.- ¿Qué tan fácil es que alguien más copie mi idea?

Las preguntas anteriores nos van a permitir establecer actividades de marketing que tenemos que realizar antes de la elaboración de un proyecto para tener una opinión acerca del mismo y establecer un plan integral de marketing, el cual se va a lograr por medio de un proceso objetivo llamado análisis del mercado.

Análisis de mercado

Es una actividad que demanda tiempo y energía para seleccionar la información que será importante en el inicio de su proyecto. Un adecuado análisis de mercado consta de los siguientes pasos: Segmentación de mercado, investigación potencial del mercado, mercado meta y pronóstico de ventas.

Segmentación de mercado

Significa visualizar las características de su mercado y a enfocar sus esfuerzos y sus recursos a una parte específica de la población y no a toda la ciudad o país, es decir clarificar a quién se ofrecerá el producto o servicio, algunos de los datos que se pueden sugerir para su análisis son: Beneficios de su uso final; lugar geográfico (Local, rural, nacional etc.); perfil del consumidor (Edad, género, nivel educativo, otros); Atributos internos del cliente(Estilo de vida, preferencias, motivaciones).

Investigación del mercado

Es la recopilación, al almacenamiento y el análisis de información concerniente al mercado de bienes y servicios, sus pasos son:

- 1.- Analice sus necesidades de información:
 - a) ¿Necesidades del cliente?
 - b) ¿Perfil del cliente?
 - c) ¿Qué le gusta o le disgusta?
 - d) ¿Qué hay acerca de la competencia?
 - e) ¿A qué tipo de gente es más probable que le guste su idea?
- 2.- Comience con datos secundarios: Inicie su investigación reuniendo información de bases de datos, entidades gubernamentales, etc.
- 3.- Recopile datos primarios: El diseño y la aplicación de encuestas es una práctica muy común, básicamente usted determina el tipo de información que considera será importante para su investigación.
- 4.- Organice sus datos: Si tiene mucha información, es importante que presente sus informes mediante gráficas y que siempre registre sus resultados.
- 5.- Analice sus resultados:
 - a) ¿Tiene un mercado para su idea?
 - b) ¿Qué tan grande es?
 - c) ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas?
 - d) ¿Ahora debe dar un paso atrás o seguir adelante?
- 6.- Implemente sus datos:
 - a) ¿Qué sigue después de que obtiene sus resultados?
 - b) ! Es importante escribir un plan de acción ;
 - c) ¿Cómo, cuándo y dónde comenzará?
 - d) Es tiempo de tomar decisiones
- 7.- Evalúe sus acciones: Las acciones se deben evaluar regularmente.

Mercado meta

Es un grupo de clientes en quienes aparentemente el proyecto emprendedor tendrá el mejor impacto, lo cual se podría reflejar en más ventas. Estos clientes son su tipo ideal de cliente, y las posibilidades de crear una relación entre ellos y su proyecto se incrementan de manera considerable.

Pronóstico de ventas

Es una predicción de cuánto de un producto o servicio se puede vender dentro de un mercado dado un periodo definido: Se puede definir en dinero o en unidades. Si se define en dinero, se llama pronóstico de ingreso.

Referencias

- [1] Olmos Arrayales, J. (2014). *Tu potencial emprendedor*. México: Pearson educación