

ESCUELA SUPERIOR HUEJUTLA

Docente: L.A. Enid Martínez Luna

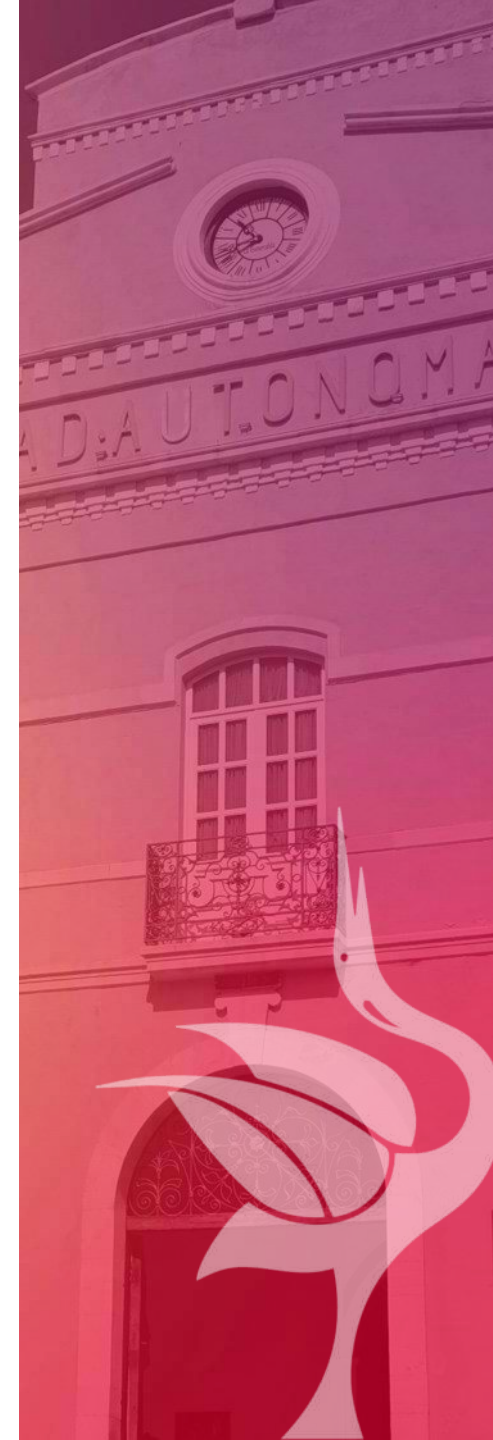
Propedéutico:

Toma de decisiones estratégicas de mercadotecnia

Bloque I: Tema: 1.4 Tendencias actuales de la mercadotecnia

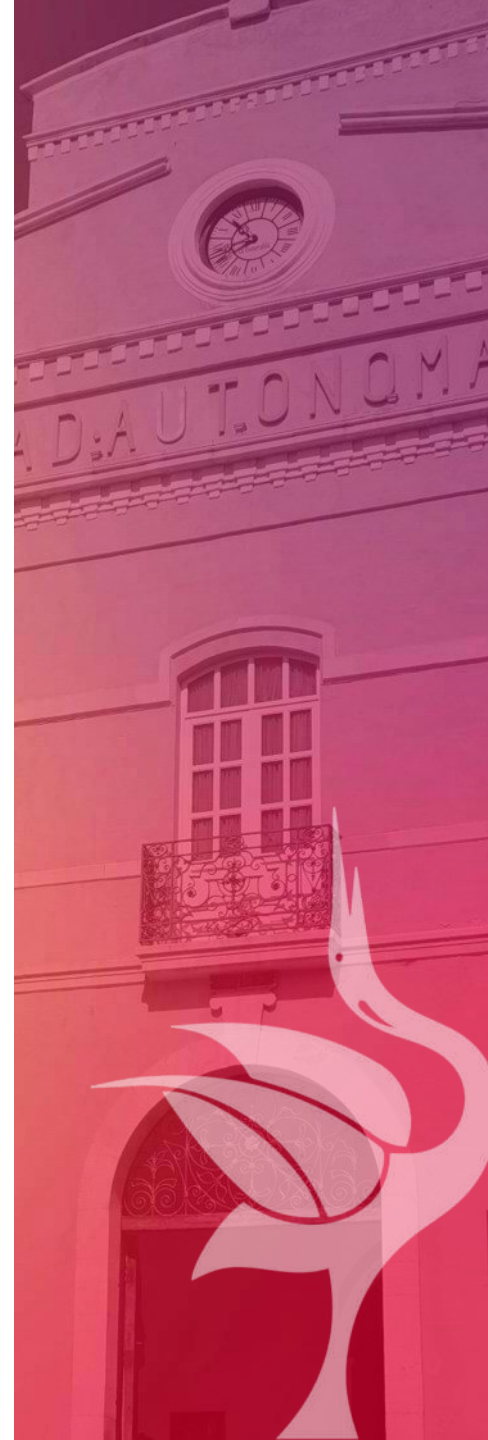
Agosto 2021

Tema 1.4: Tendencias actuales de Mercadotecnia



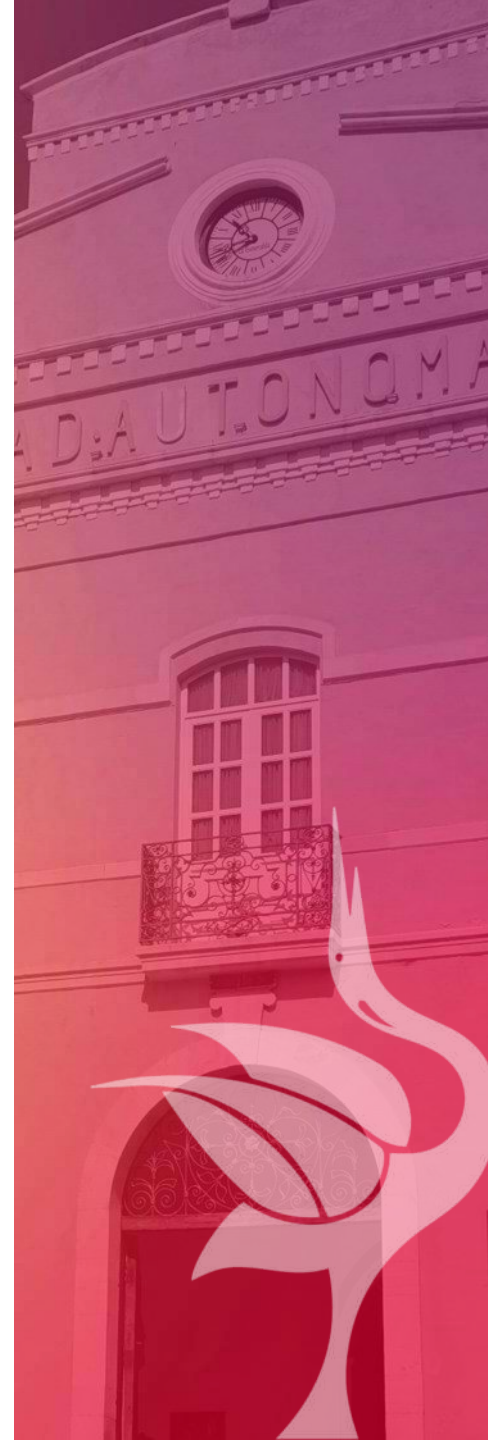
Resumen:

- Una tendencia es un patrón, una inclinación hacia algo, que puede durar poco o mucho tiempo, de igual modo es un cambio que da lugar a nuevos hechos o comportamientos. La mercadotecnia a lo largo del tiempo ha ido evolucionando y mejorando, tomando en consideración los constantes cambios en el mercado y la tecnología que avanza muy rápido también ha adoptado ciertas tendencias. En esta presentación se muestran diferentes tendencias de mercadotecnia relevantes que utilizan las empresas para ofrecer sus productos o servicios, procurando superar sus expectativas y establecer una conexión con sus clientes o usuarios de una manera innovadora y creativa.
- **Palabras clave:** Tendencias, marketing, internet, redes sociales, marca, consumidor.



Abstract:

- A trend is a pattern, an inclination towards something, that can last a short or long time, in the same way it is a change that gives rise to new events or behaviors. Marketing over time has evolved and improved, taking into account the constant changes in the market and technology that advances very fast has also adopted certain trends. This presentation shows different relevant marketing trends that companies use to offer their products or services, trying to exceed their expectations and establish a connection with their customers or users in an innovative and creative way.
- **Keywords:** Trends, marketing, internet, social networks, brand, consumer.



Bloque I: Mercadotecnia

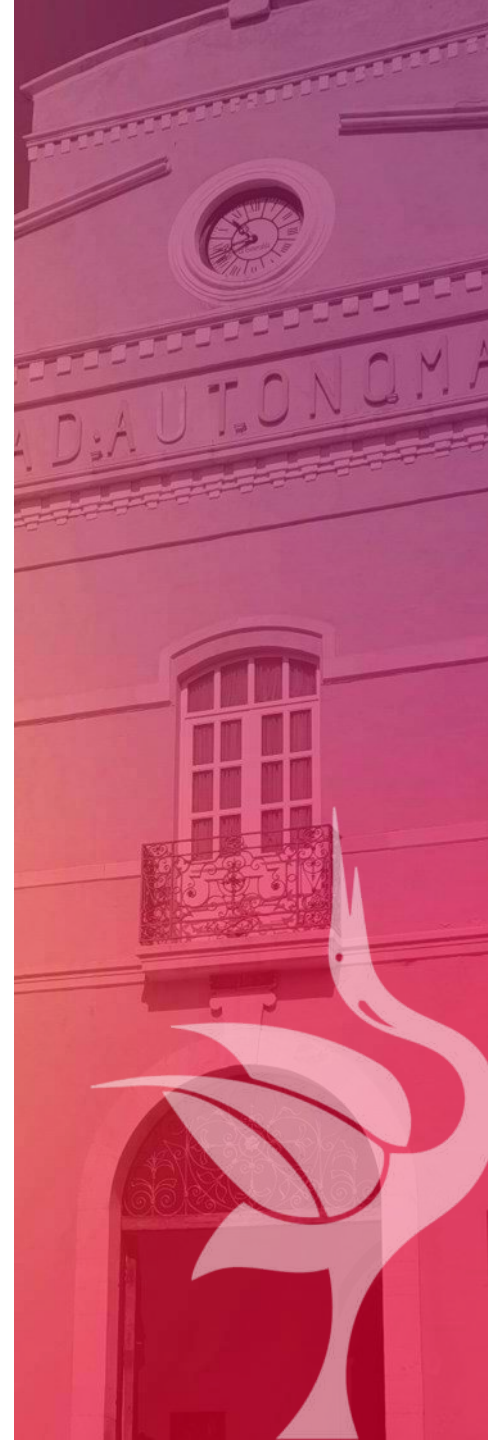
- **Objetivo del bloque I:** Conocer los antecedentes de la mercadotecnia con la finalidad de entender el desarrollo de la disciplina e identificar los elementos de la administración de la mercadotecnia mediante las funciones de la mercadotecnia.
- **Aprendizaje esperado:** Define cuales son las tendencias actuales de mercadotecnia.

Competencias Genéricas:

Formación 7.1

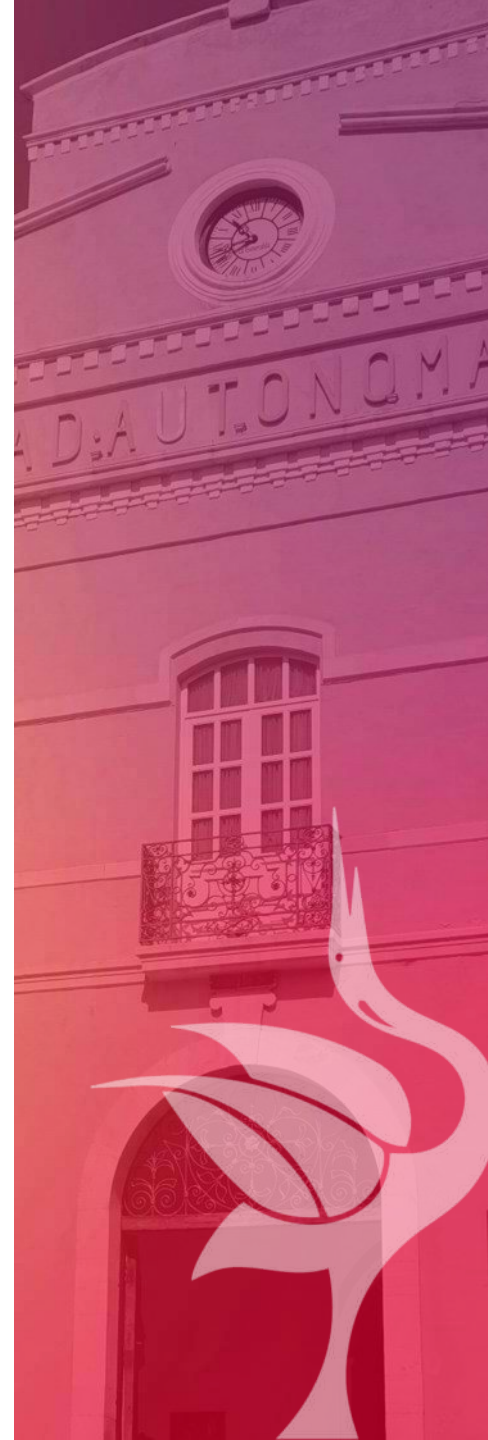
Competencias Disciplinarias:

- Ciencias sociales 2,3,4,5 y 6.



Marketing viral:

- Consiste en propagar una idea a través de plataformas o redes sociales en Internet mediante un video, una imagen, un artículo u otro elemento que despierte el interés del espectador y provoque que este actúe como difusor de la idea entre su red de contacto y estos, a su vez, también la compartan, con lo que se amplifica su difusión exponencial.



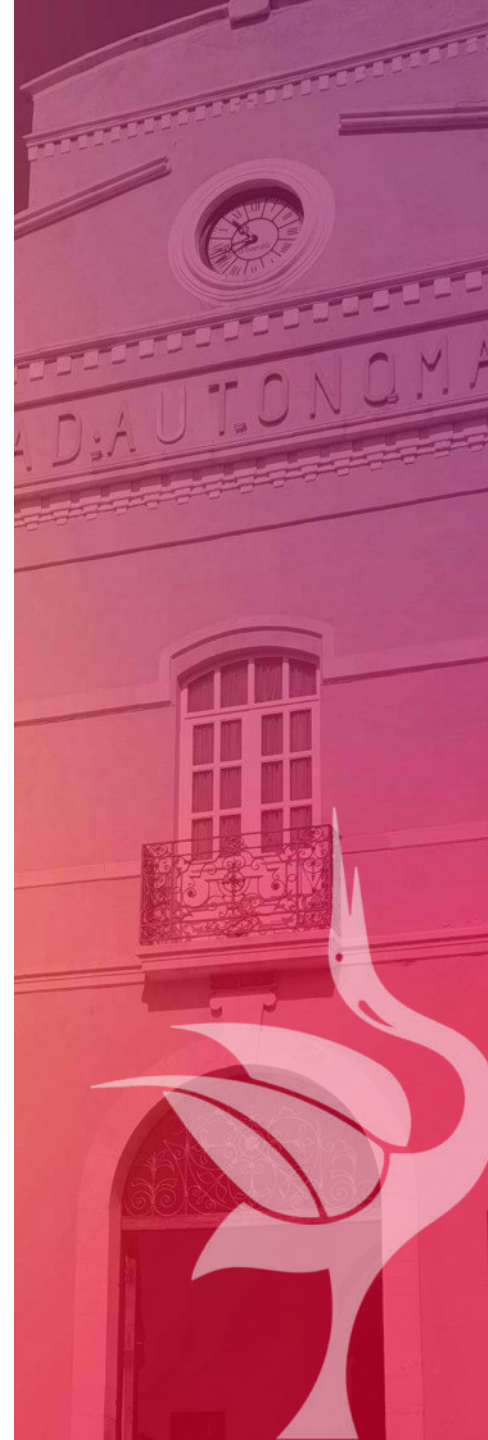
Redes sociales:

- Las redes sociales cada vez tienen más adeptos, por lo que también están siendo utilizadas por directivos de marketing como herramienta para dar a conocer y posicionar marcas y empresas. Cada vez más empresas cuentan con un perfil en redes sociales mayoritarias. Las redes sociales ofrecen un espacio en el que se puede llegar con menos recursos al consumidor.



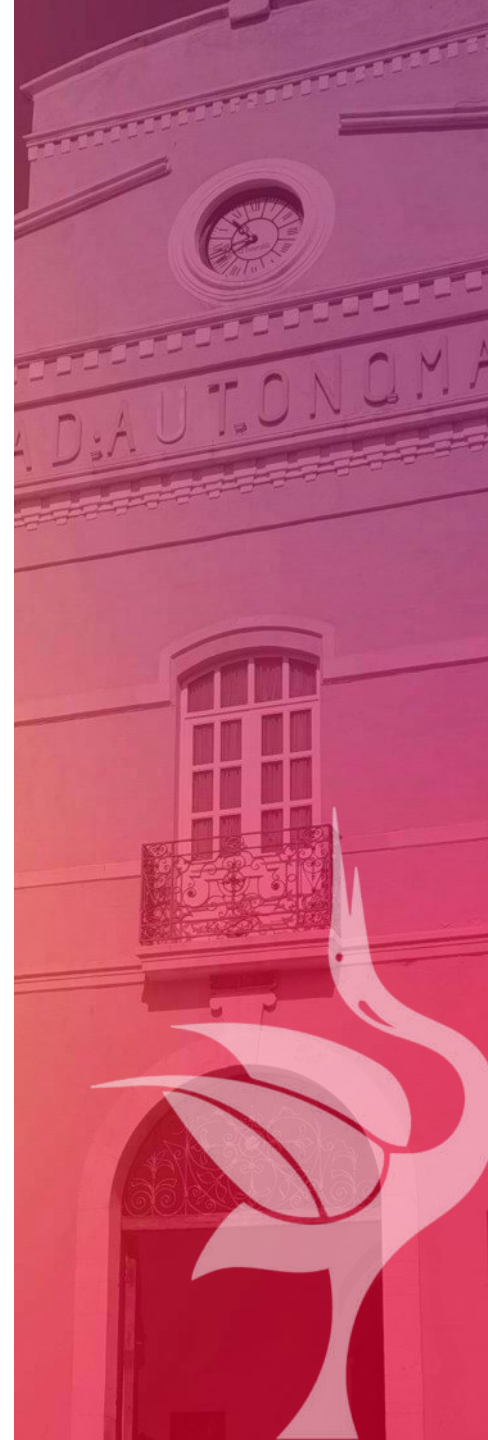
Aplicaciones móviles:

- Conocidas también como “APP”, son, programas informáticos creados especialmente para dispositivos móviles, así como para tabletas electrónicas. Las APP suponen una oportunidad para las empresas de establecer nuevas relaciones con los usuarios y consumidores y crear nuevas experiencias.



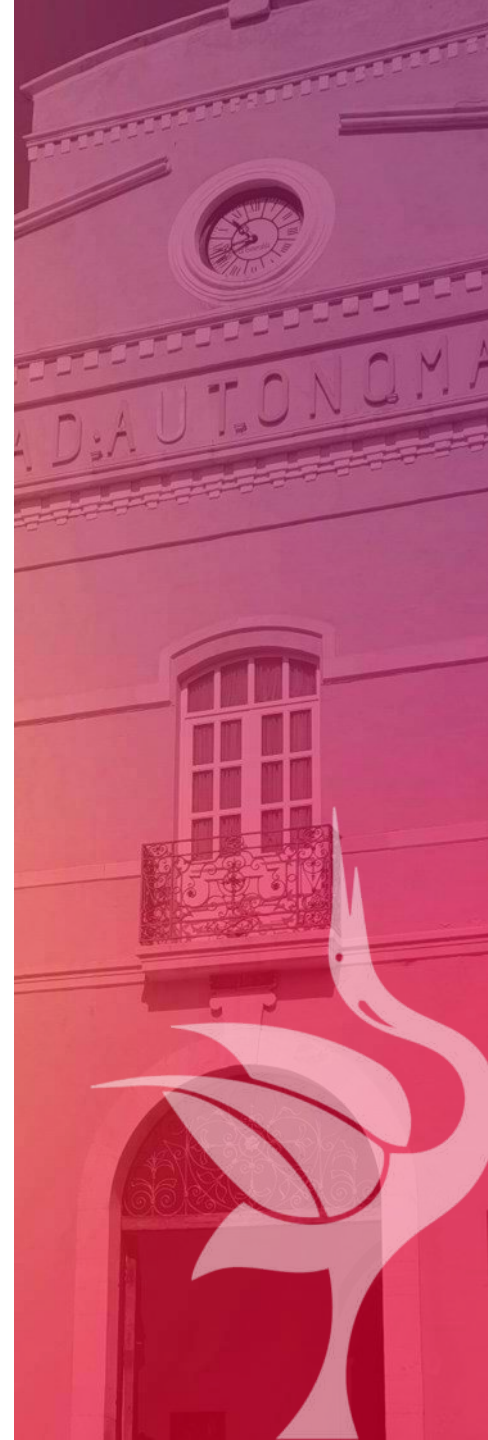
Marketing experiencial:

- Trata de llevar la experiencia de la marca al consumidor de una manera profunda para lograr una conexión memorable. Las experiencias son fuentes de emociones y las emociones son el motor de la toma de decisiones. El consumidor elegirá el producto o servicio por la vivencia que ofrece durante la compra o el consumo.



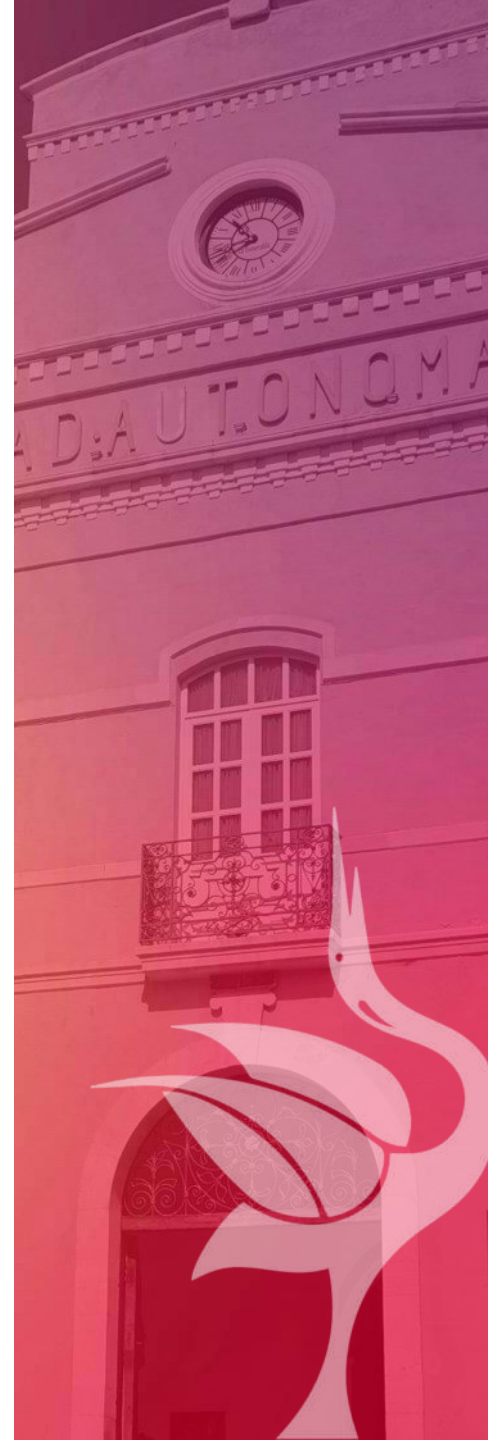
Marketing Interactivo:

- El marketing interactivo es un conjunto de prácticas y técnicas destinadas a fomentar la interacción del público con tu empresa. **Ese tipo de acción es esencial para ganar la confianza del consumidor moderno** y aumentar las posibilidades de fidelidad. Trabaja con las técnicas y las herramientas que nos proveen los soportes tecnológicos por ejemplo el internet.



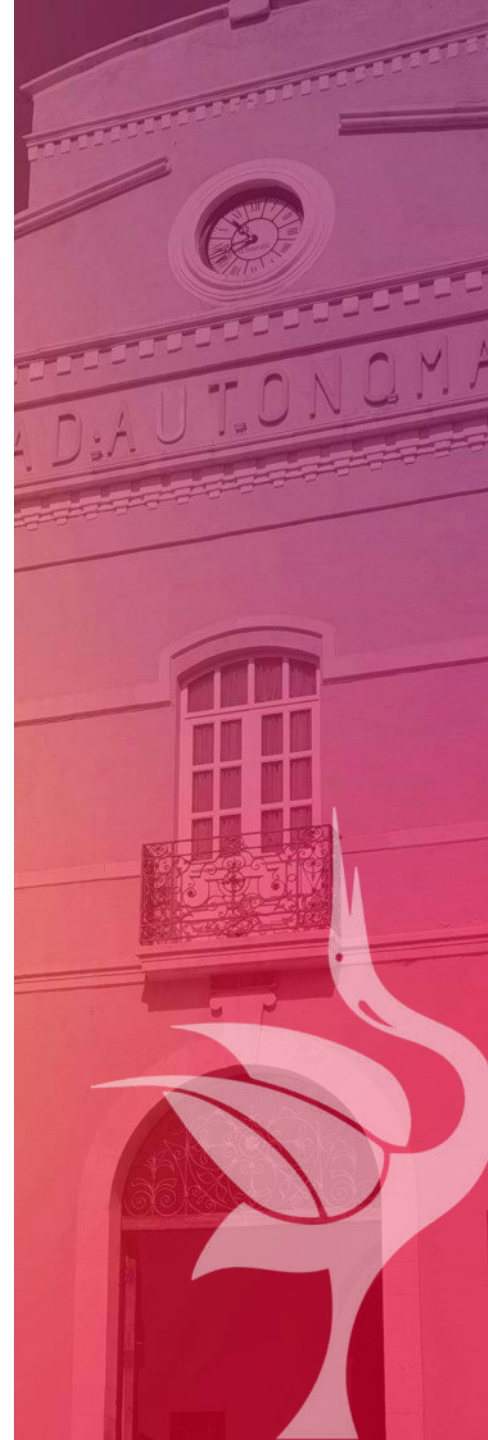
Retargeting o remarketing:

- Permite llegar a las personas que visitaron anteriormente un sitio y mostrarles anuncios relevantes cuando visitan otros sitios relacionados. Es una forma de publicidad online que se dedica a seguir impactando con una determinada marca a los usuarios que previamente han interactuado con ella (normalmente visitando su página web)



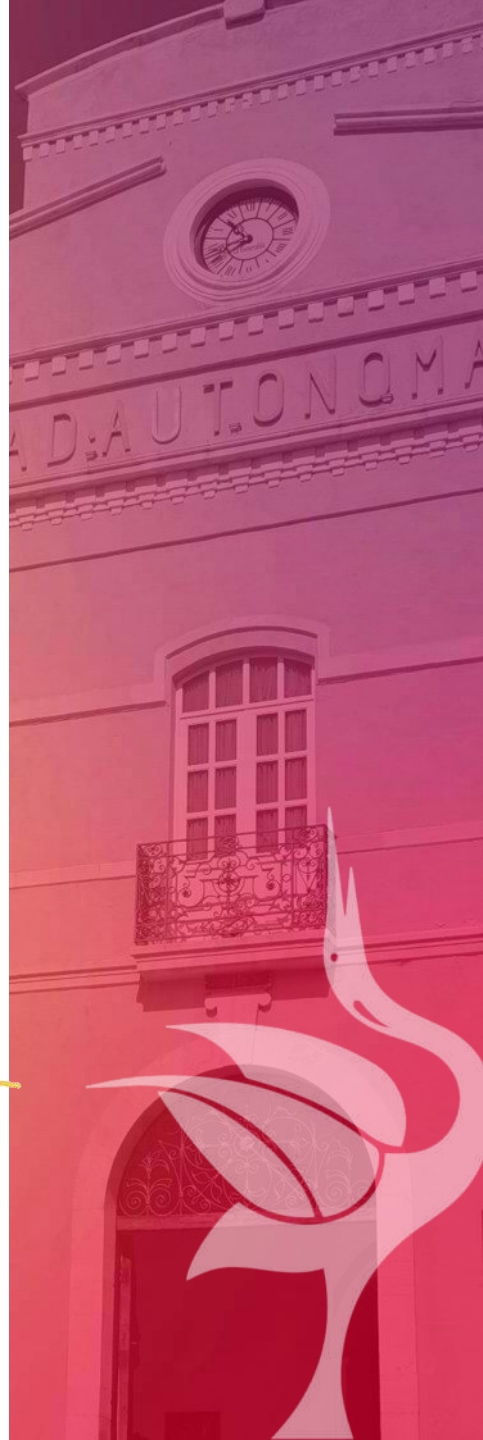
Green Marketing:

- El green marketing está enfocado al desarrollo de campañas, promoción, productos, servicios y empaque de productos con componentes biodegradables que protegen al entorno. La corriente de pensamiento actual cada vez es más afín a la filosofía “*eco friendly*”.



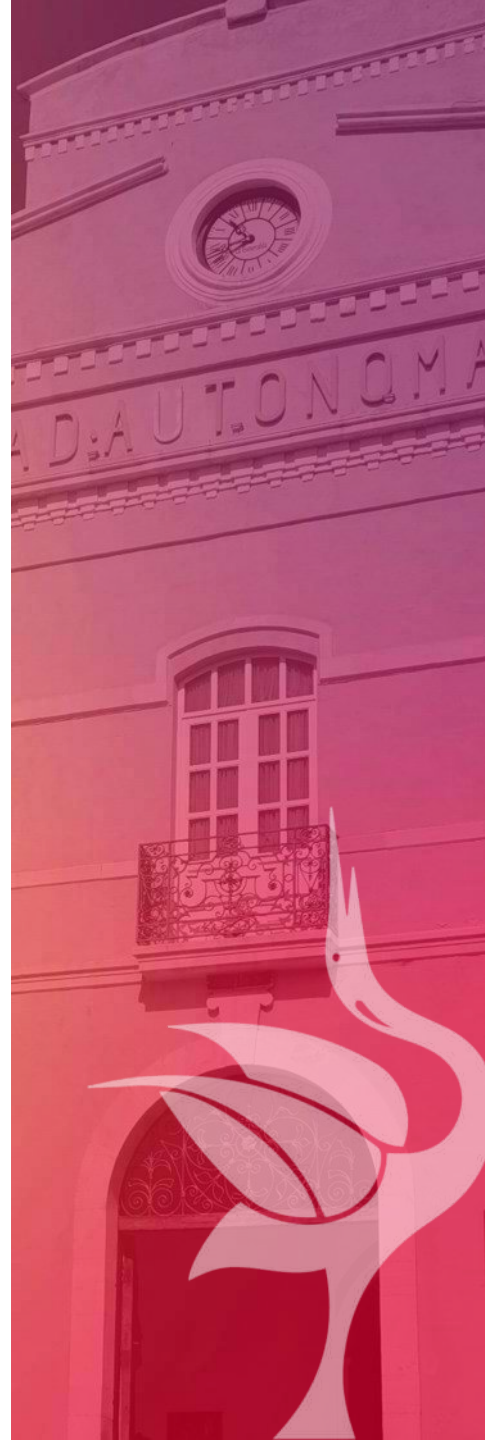
Content Marketing o Marketing de contenidos:

- Se basa en reconocer las necesidades los clientes y seguidores para ofrecerles contenidos e información interesantes y relevantes a sus expectativas; el content marketing debe crear un aumento de la calidad de los contenidos y las estrategias de las marcas, adaptándose mejor al entorno, en lugar de replicar campañas como un soporte más.



Storytelling:

- Los tiempos han cambiado y los usuarios buscan publicidad que les haga sentir emociones contándoles historias con un **mensaje final** que deja un **aprendizaje** o **concepto**. El objetivo es lograr una mayor audiencia, es decir más vistas y reproducciones, pero también causar un efecto en las personas que escuchan, ven o leen.



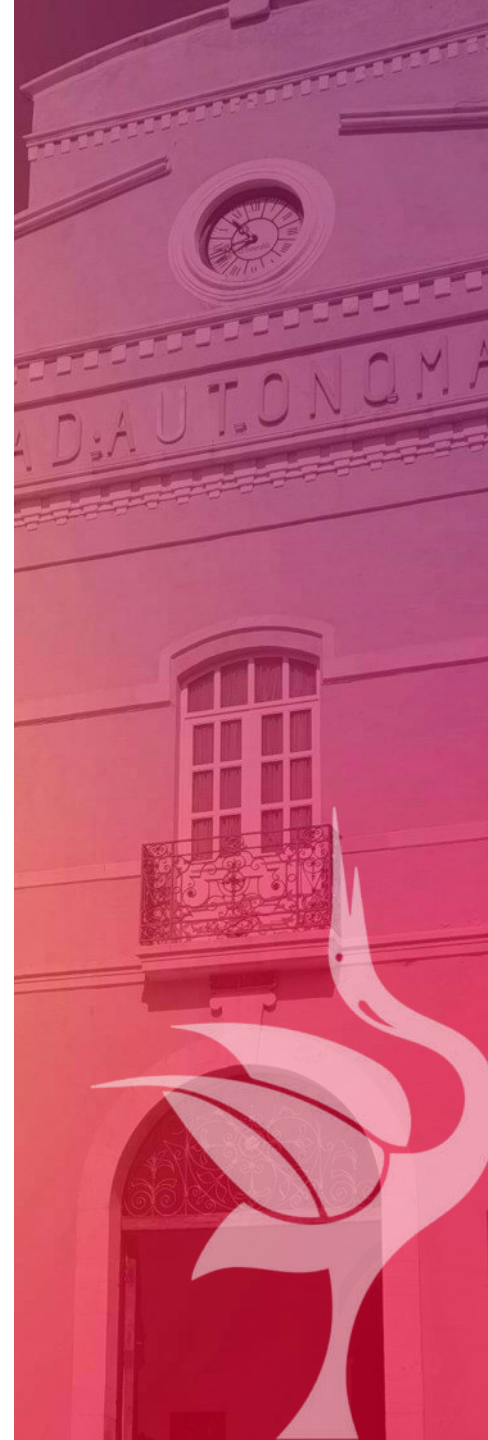
Gamificación:

- Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas. Actualmente se está utilizando para: atraer y retener audiencias y clientes a una marca, animar a la gente a realizar tareas que consideran aburridas y minimizar los tiempos de adopción de productos o servicios.

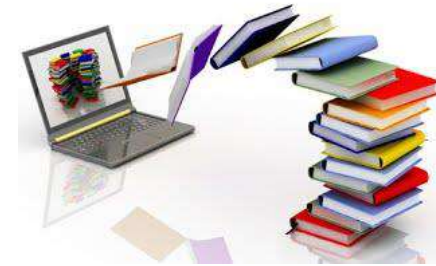


Conclusiones:

- Conforme transcurre el tiempo van surgiendo cambios en el mercado y en la comunicación, la tecnología sigue avanzando, por lo tanto la mercadotecnia ya no es la misma de años atrás, continúa y seguirá evolucionando y adaptándose a las nuevas tendencias, necesidades y exigencias del consumidor.



Fuentes:



- Kotler, Phillip (2008). Fundamentos de Mercadotecnia. Editorial Prentice Hall Marketing.
- Martínez G. Ruíz M. y Escrivá Monzó (2014). Marketing en la actividad comercial. Editorial McGraw Hill Education. México, pg. 20-24.
- Grupo ACIR (2018). Retos y tendencias de la mercadotecnia en el siglo XXI.. Recuperado de <https://grupoacir.com.mx>
- Cool Tabs (2019). 10 ideas de marketing interactivo que funcionan. Acciones en redes sociales, marketing digital. Recuperado de <https://blog.cool-tabs.com/es/10-ideas-marketing-interactivo-funcionan/>
- Oriol Bel (2017). Cómo crear campañas en Facebook para hacer retargeting a tus visitantes. Blog de Inbound Marketing. Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-crear-campa%C3%B1as-en-facebook-para-hacer-retargeting-a-tus-visitantes>
- Imágenes obtenidas de Google con fines educativos.

