

# MASTER CLASS



PROPÓSITO  
NOBLE

# MERCADOTECNIA EN MIPYMES

MAESTRA: **XOCHI GARIBAY**

# AGENDA:



PROPÓSITO  
NOBLE

- 1.-CONCEPTOS CENTRALES DE MERCADOTECNIA
- 2.-COMO SEGMENTAR MI MERCADO
- 3.-COMO CONOCER A MI CLIENTE
- 4.-CREANDO MI VENTAJA DIFERENCIAL
- 5.-DISEÑANDO MI ESTRATEGIA COMERCIAL

# Conceptos de Mercadotecnia

## Mercado

Conjunto de todos los compradores

## Necesidad

Carencia percibida

## Mercadotecnia

Proceso social y administrativo por el que los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y valor con otros

## Demanda

Deseo respaldado por poder de compra

## Deseo

Necesidad modificada por cultura y personalidad



PROPOSITO NOBLE



PROPÓSITO  
NOBLE

# CREACIÓN DE VALOR Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



# VALOR



PROPÓSITO  
NOBLE

**Beneficio percibido por usar  
un producto**



# Satisfacción

Cumplimiento de las expectativas



PROPÓSITO  
NOBLE





# Capacidad de un producto funciones

Calidad para  
desempeñar



PROPÓSITO  
NOBLE

## **PRODUCTO**

Objeto que se ofrece y satisface deseos o necesidades



## **SERVICIO**

Actividad o beneficio intangible sin resultado de propiedad



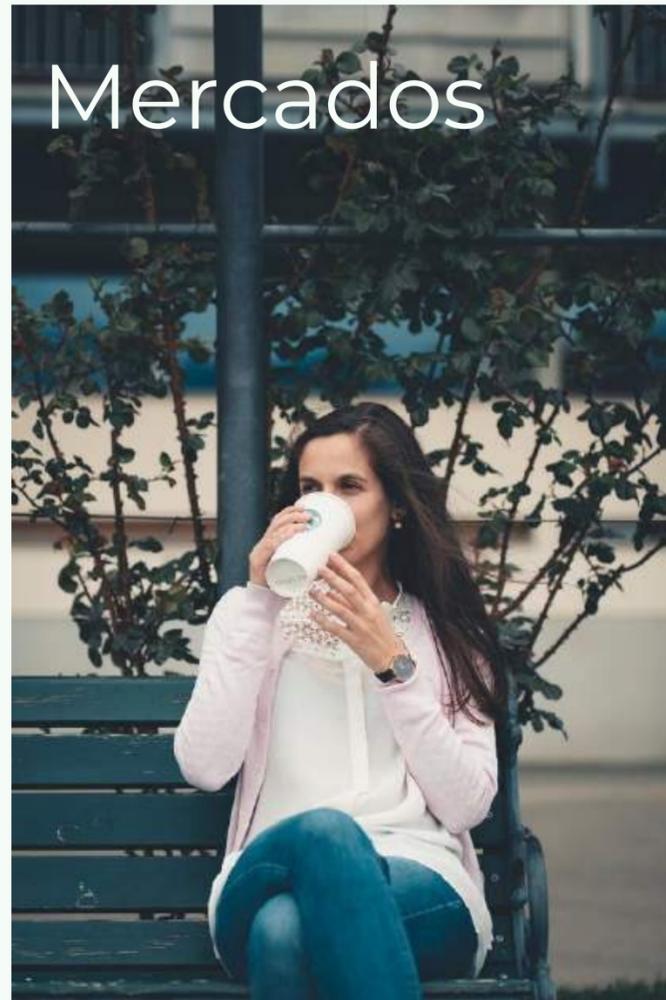
# Satisfacción del Cliente



Esto ocurre cuando coinciden las expectativas y la percepción de la calidad del producto o servicio que recibe. El cliente será fiel a la organización mientras se encuentre satisfecho y no existan otros productos o servicios de la competencia que se adecúen mejor a sus necesidades.



Necesidad,  
deseo y demanda



Mercados



**Producto,  
Servicio y  
Experiencia**



Valor,  
Satisfacción  
y Calidad

Intercambio,  
Transacciones y  
Relaciones



# Pirámide de Maslow



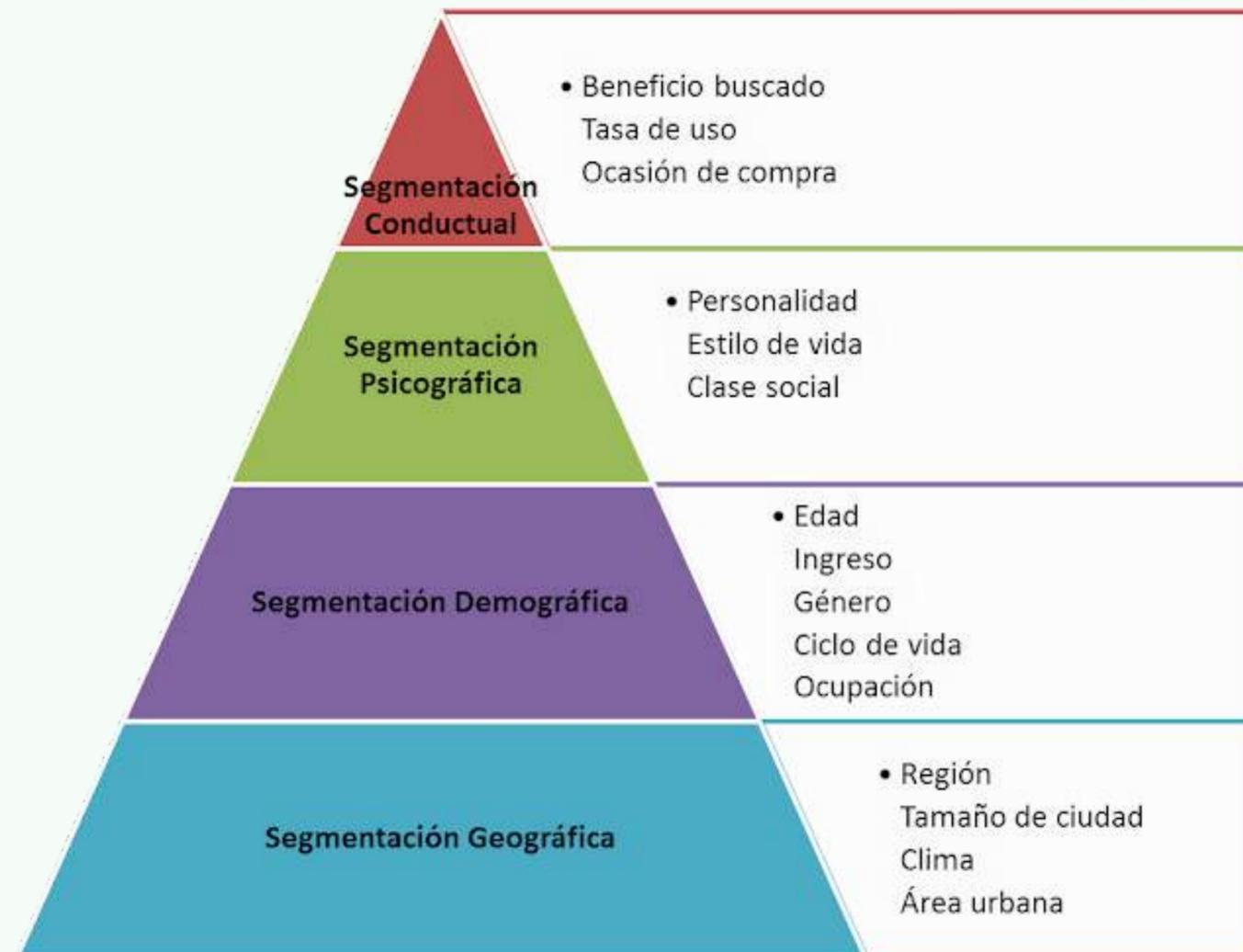
PROPÓSITO  
NOBLE



# TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO



PROPÓSITO  
NOBLE



# MAPA DE EMPATÍA



# ¿CÓMO JACK ENAMORO A ROSE



PROPÓSITO  
NOBLE



# JACK ME SALVO DE TODAS LAS FORMAS QUE SE PUEDE SALVAR A UN SER HUMANO



PROPÓSITO  
NOBLE



# DIFERENCIACIÓN

Una manera singular de crear **VALOR** para los clientes. **Segmentación de Mercados, Diferenciación de Productos y Posicionamiento de Marcas** son las tres decisiones estratégicas que una empresa debe definir claramente para competir con éxito y lograr una eficacia operativa que se traduzca en **rentabilidad**.



PROPÓSITO  
NOBLE



# ECOTOUR SAN ANGEL



# CREANDO MI VENTAJA DIFERENCIAL



PROPÓSITO  
NOBLE

- 1. Conoce muy bien a tu cliente**
- 2. Observa a tus competidores**
- 3. Producto o servicio**
- 4. Servicios complementarios**
- 5. Especialízate**
- 6. Innova**
- 7. Muéstrate auténtica**



# Servicios Complementarios



PROPÓSITO  
NOBLE



# ESPECIALÍZATE/ MERCADO - JUBILADOS



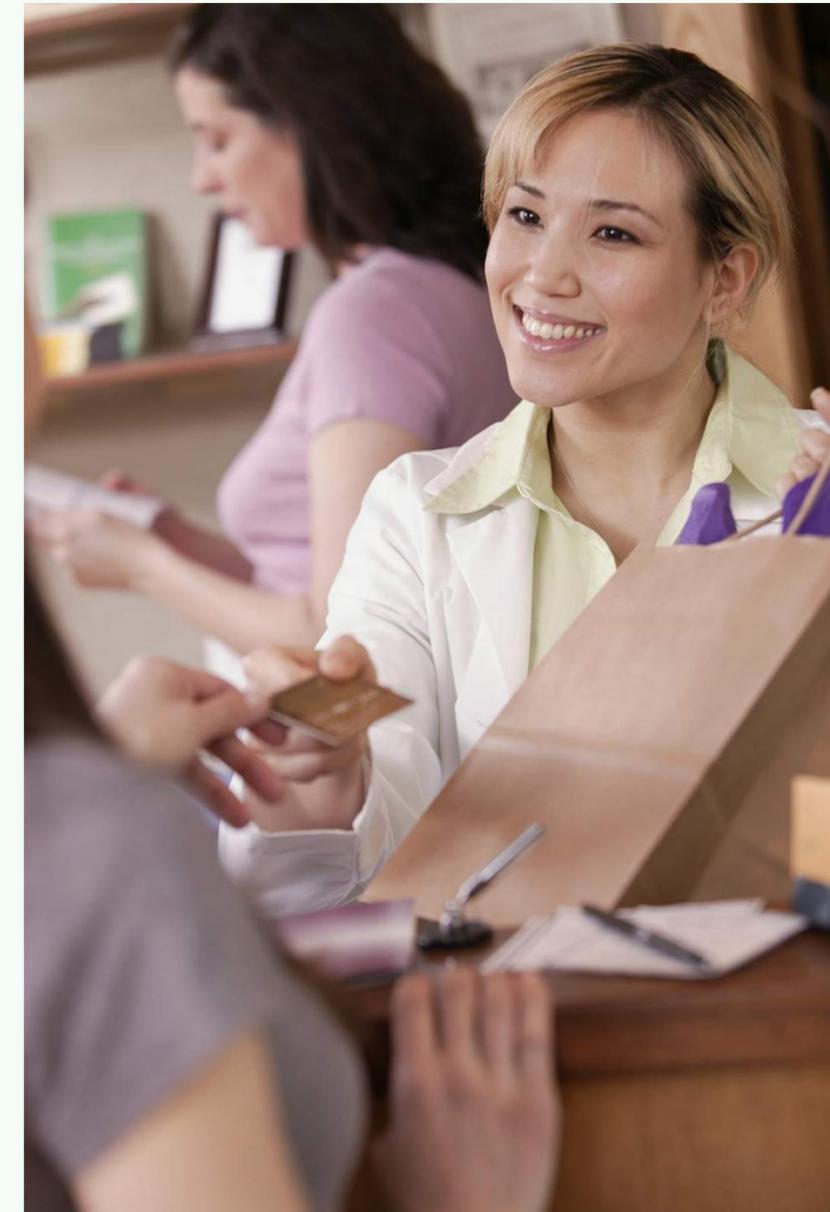
PROPÓSITO  
NOBLE



¿Mercadotecnia es igual a Ventas?



PROPÓSITO  
NOBLE



# Estrategia Comercial

- Crea tus bases de datos de prospectos y clientes
- Da seguimientos a tus clientes potenciales
- Haz venta cruzada con tus clientes
- Pide testimoniales a tus mejores clientes
- Pide recomendaciones a tus clientes
- Aprovecha las redes sociales



PROPÓSITO  
NOBLE





# VENTA CRUZADA



PROPÓSITO  
NOBLE



VEN A FESTEJAR UN

MUY FELIZ

CUMPLEAÑOS



ECOTOUR SAN ANGEL

RESERVACIONES:

 5542498123



# ¿PORQUÉ COMPRA LA GENTE?



## Motivo **NDOP** *(Qué significa)*

1. **Necesidad** Falta ó carencia de algo
2. **Deseo** Aspirar ó anhelar
3. **Objetivo** Lo que se quiere lograr
4. **Problema** Dificultad, impedimento

## Motivo **NDOP**

1. **Necesidad** Le **falta** tener técnicas de ventas
2. **Deseo** **Mejorar** su habilidad
3. **Objetivo** Vender **más** y mejor
4. **Problema** **No** existe un proceso de ventas

## Un Taller de Ventas

El *cliente*  
**compra**  
**soluciones**  
**a sus**  
**NDOPs**

# DEFINICIONES DE TIPOS DE PROSPECTOS

**Visitante:** Navega en tus redes

**Lead:** Contacto que dejó sus datos a cambio de un contenido de su interés

**Prospecto:** Persona interesada que puede ser un cliente (*necesidad*)

**Recomendado:** prospecto recomendado por un amigo o conocido (*poder adquisitivo*)

**Referido:** prospecto recomendado por un cliente (*poder de decisión*)

**Calificado:** tiene necesidad, dinero y autoridad



# EL PROCESO Y LOS PASOS DE LA VENTA





# TAREA:



1.-Desarrollar el círculo de Conceptos Generales de Marketing con tu negocio.

2.-En la parte del Mercado, identifica tu Segmento de Mercado más importante(Mercado Meta) con estos puntos:

Género, Edad(rango), Nivel Socio Económico,  
Ocupación, Estudios, Intereses, Estilo de vida y  
Lugar de residencia.



PROPÓSITO  
NOBLE

3-Identifica el Mapa de Empatía de tu Mercado Meta, colocando en el centro una foto de la persona que represente a tu Mercado Meta.

4-¿Porque tu Mercado Meta compraría tu Producto ó Servicio en relación a la Competencia?

5-¿Cuál es tu Estrategia Comercial ahora para vender más?

6- ¿Qué puedes hacer para tener una mayor Ventaja Diferencial en tu Producto ó Servicio?

## Satisfacción del Cliente



Esto ocurre cuando coinciden las expectativas y la percepción de la calidad del producto o servicio que recibe. El cliente será fiel a la organización mientras se encuentre satisfecho y no existan otros productos o servicios de la competencia que se adecúen mejor a sus necesidades.

## Bibliografía:



1- Marketing 5.0. Phillip Kotler 2-  
El Plan de Marketing de 1 página. Allan Dib 3 - Marketing de Contenidos.  
Neil Revilla

# GRACIAS

Datos de Contacto:

Mtra. Xochi Garibay  
mail: flor77x@gmail.com  
cel: 5542498123  
[www.ecotourmex.com](http://www.ecotourmex.com)

