



Selecciona un negocio o empresa que conozcas, cercana a ti, que consideres necesite mejorar su estrategia de mercadeo y desarrolla los siguientes puntos:

1. Describe el negocio o empresa. Algunos elementos que te pueden ser de utilidad: ¿A qué se dedica el negocio? ¿Quiénes son sus clientes?, ¿Quiénes son sus competidores?
2. ¿Quiénes toman las decisiones importantes en la empresa?
3. ¿Qué le dirías a quienes toman las decisiones, para mostrarles la importancia de la estrategia de mercadeo para su negocio/empresa?

RETROALIMENTACIÓN

Tu argumento es válido, si:



La estrategia de mercadeo le ayuda al negocio para generar mejores resultados: en ventas, más clientes, posicionamiento del negocio, fortalecer cercanía cliente – empresa.

Y tu argumento será muy poderoso si lo relacionas con las limitaciones de las otras áreas del negocio.

¡Atento! Tu argumento es débil y tiene pocas posibilidades, si:

- No tienes claro hacia dónde va el negocio.
- Cuando no está relacionado con los resultados del negocio y que lo llevan a crecer.
- Cuando no se aclara de qué manera el mercadeo no se integra o relaciona con las áreas del negocio.

Veamos un ejemplo:

Sara está comenzando en el mundo del mercadeo y debe presentar la estrategia en esta área a su primer cliente. Sara sabe que debe prepararse para su primera reunión, para generar credibilidad frente a la cliente.

1. Descripción del negocio a analizar:

Empresa de servicios locativos, liderada por Constanza, quien quiere llegar a más clientes en la ciudad a través de medios publicitarios.

2. ¿Quién toma las decisiones?

En este caso, quien decide es Constanza.

3. ¿Qué debe decirle Sara a quienes toman las decisiones, para mostrarles la importancia de la estrategia de mercadeo para su negocio/empresa?

Para comenzar su presentación Sara le dice: “Considero que es una decisión adecuada que quieras apoyarte en medios publicitarios para hacer crecer tu negocio. Diseñaremos una estrategia que te permita llegar a la mayor cantidad de personas en la ciudad y posicionarte rápidamente. Debemos cuidar que la capacidad de respuesta de tu equipo interno sea adecuada para responder a los resultados de las campañas a desarrollar. En primer lugar, ten en cuenta que debemos ocuparnos en todas las actividades de la creación del producto hasta su entrega. Por esta razón, debemos considerar cómo se relaciona el producto con las demás áreas de la empresa. Por ejemplo, el área de ventas debe contar con actividades enfocadas en el portafolio de productos locativos, sus precios y los medios publicitarios para comunicarlos.



SOLUCIÓN

A su vez, las áreas de jurídica y servicio al cliente tienen la responsabilidad de definir las políticas y condiciones de las campañas que vayas a desarrollar. También debes crear mecanismos de respuesta y atención para las inquietudes o dudas que resulten con respecto a los clientes. Recuerda que una estrategia de mercadeo debe estar alineada a la del negocio y por ello se resalta la importancia de definir roles y responsabilidades”.

De esta manera, Sara le explica a Constanza, por qué y qué es importante al momento de desarrollar una estrategia digital para la expansión de su negocio.