



aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]



Estimados Amigos:

En Aga Marketing, como todos los jueves, continuamos presentándoles artículos de temas relacionados con las nuevas tendencias en Marketing, Negocios, Investigación de mercados entre otro.

El "Nuevo Marketing" debe apelar a las emociones del consumidor

Artículo Adaptado por AGA Marketing
Autor: Norteeconomico

Las empresas no sólo están atravesando un cambio tecnológico, sino un cambio mucho más de fondo, que impacta en la mente y en la percepción de los usuarios. El consumidor ha cambiado: quiere nuevas experiencias, emociones, quiere vivir y sentir, quiere disfrutar incluso en el momento de la compra.



INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones





aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]



El marketing es una disciplina en constante evolución que condiciona a las empresas y organizaciones en cómo accionar para sobrevivir. Hoy en día, hablamos de un cambio tecnológico, pero no solo en cuanto a tecnología se refiere, sino un cambio mucho más de fondo, un cambio en la mente y en la percepción de los usuarios.

Según publica Puro Marketing, ya no vende más, el que más publicidad realiza, ni el que se encuentra en mejor posición en el lineal. Ahora vende, el que conecta, el que hace las cosas de una manera diferente y sobre todo, vende el que el consumidor quiere.

De esta manera, se puede afirmar que ya no gobierna la empresa y el producto como era hasta hace un tiempo donde el consumidor no interesaba.

Una empresa puede contar con un buen producto, pero si este o su marca no conecta con el nuevo consumidor el posicionamiento del mismo es un fracaso. El consumidor, ha madurado, se ha hecho exigente y se ha cansado de vivir como lo hacía antes. Quiere nuevas experiencias, emociones, quiere vivir y sentir, quiere disfrutar incluso en el momento de la compra. Hoy el consumidor tiene a las organizaciones en sus manos, por lo que la comunicación juega un papel clave.

La estrategia sería entonces hablar sobre el contenido que le interese, que le aporte, que le llene. Recuerda que debes de aportarle valor y aunque no hables directamente de ti, él sabrá que eres tú y no olvidará tu interés por sus gustos y aficiones.

Hoy por hoy, las empresas que han asimilado esto son las empresas que están triunfando, que se relacionan con sus clientes, adaptándose a los nuevos tiempos, creando ese vínculo emocional del que tanto estamos leyendo últimamente.

INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones





aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]



Las personas nos movemos por emociones, a pesar de tener nuestra parte racional. Llegar al corazón de las personas, se ha convertido en el objetivo fundamental del Marketing, apelar a los sentimientos y a las emociones.

Esperamos que este artículo haya sido de su total agrado, por lo cuál nos ponemos a sus órdenes para ampliar este tema por los medios que sean más convenientes.

Nuestro próximo tema será de gran interés para ustedes, el cuál enviaremos en las próximas semanas.

Le saludamos sus amigos de **AGA MARKETING**.

Síguenos en:



INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones

