



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.

¿Cuál es el proceso del Marketing?

Artículo Adaptado por AGA Marketing

Autor: Todomktblog

El proceso de marketing es fundamental para cualquier empresa, pretende tener un conocimiento de las oportunidades que ofrece el entorno, se identifica el segmento del mercado, se formulan estrategias y planes, además se ejecuta un control de los mismos.

Los diferentes autores de marketing y los propios mercadólogos en la práctica pueden seguir un proceso muy singular que se adapte a un contexto específico; a pesar de esto hay una estructura básica que por lo general se encuentra en todas las organizaciones y que se resume en las siguientes fases del proceso:

1. Análisis de oportunidades del mercadeo.

Esta fase se realiza por medio de una investigación de mercado, pretende descubrir una o varias necesidades latentes en el mercado, la percepción de nuestra marca y la de los competidores, deseos insatisfechos, tendencias, etc. Es importante recalcar que la investigación por sí misma debe tener un objetivo y es preciso se determine cuál es la información que se necesita obtener y su propósito, para evitar el despilfarro en una investigación cuyos datos no sean de utilidad.

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®

15

Aniversario
1998 • 2013



aga marketing
increasing marketing effectiveness.



2. Selección del mercado objetivo.

En base a la información obtenida mediante la investigación de mercados se determina cual es el perfil de nuestro consumidor, conociendo a nuestro cliente podremos ofrecerle el producto o servicio que satisfaga sus necesidades y le permita percibir asociaciones positivas de la marca.

3. Análisis del mercado.

En este punto se puede implementar un análisis FODA, se identifican respectivamente las fortalezas y debilidades de la organización, de la misma forma se reconocen cuales son las oportunidades y amenazas que ofrece el mercado.

4. Formulación de estrategias de marketing.

Una estrategia legítima incluye a todos los elementos de la mezcla de marketing, es decir productos, precio plaza y promoción. Dichas estrategias van orientadas a satisfacer óptimamente al consumidor, basándose en la información encontrada en las fases anteriores.

5. Implementación de las estrategias de marketing.

Esta etapa puede variar según la estrategia lo permita, lo importante es definir las actividades que se realizaran para ejecutar las estrategias, una agenda de donde, cuando y las metas que se pretenden alcanzar deben definirse. También se debe tener un registro que respalda el control y evaluación.

6. Control y evaluación.

Como se adelantaba en la fase anterior en última instancia se prosigue a realizar un control y evaluación de todo el proceso de marketing, pues al final lo importante es saber si fue efectivo o no y porque.

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.

15

Aniversario
1998 • 2013



aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]



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**.

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

Síguenos en:



aga marketing
increasing marketing effectiveness[®]

15

Aniversario
1998 • 2013