MARKETING ESTRATÉGICO

Sesión 1

Seth Godin

LA VACA PÚRPURA

Diferénciate para transformar tu negocio

las cosas aburridas se vuelven invisibles

4 IDEAS BÁSICAS

complejo televisión-industria

consumidor postconsumo

marketing extraordinario

diferenciación

Complejo televisión industria

GRÁFICO 4.

No, no es física cuántica; precisamente por eso funcionaba tan bien. Con agallas, los grandes operadores del mercado (como Procter&Gamble) consiguieron dominar categorías enteras mediante esta simple idea.

LAS VIEJAS REGLAS DE MARKETING YA NO FUNCIONAN COMO ANTES

demasiada publicidad

escasa atención

estandarización del mensaje

MARKETING EXTRAORDINARIO

algo excepcional

nuevo

interesante

centrado en el nicho

algo en lo que se fije la gente

LA VACA PÚRPURA

DIFERENCIACIÓN

productos o servicios extraordinarios

originalidad

dirigirse a los primeros adoptantes con otaku

ciclos cortos

cambios constantes (innovación)

¿Y CÓMO CREO MI VACA PÚRPURA?

haz de algo bueno, algo genial

BUSCAMOS
A ESTA CHICA

1. BUSCA A LOS CLIENTES CON OTAKU

- A un **cliente** hay que **seducirlo**, los **fans** vienen por si solos, **creen en nosotros**

- Los **clientes te dan dinero**, los **fans** te tan su **corazón**, esperan lo mejor de ti

- Los **clientes** buscan **rebajas** o mas dinero, los **fans** buscan un buen trabajo que le des lo mejor y **crecer contigo**

- Los **clientes** se **quejan**, los **fans** **perdonan**
- Los **clientes** nos **critican**, los **fans** nos hacen **publicidad**
- Los **clientes cambian**. Los **fans** **permanecen**

Claro que un **fan** no sigue a cualquiera ¿Cuál es el motivo de que un fan te siga a ti? ¿Qué es lo **mejor que puedes darle** a tus clientes o empleados para **convertirlos** a fans?

“THE F-FACTOR”

Esto es F de Friends, Fans & Followers, quienes influencian las decisiones de compra de los consumidores de formas cada vez más sofisticadas.

CASO STARBUCKS

Esta compañía ha desarrollado una estrategia general de participación y desarrollo en la red que se materializa con las siguientes acciones:

"Mi idea para Starbucks": portal para que los consumidores compartan ideas y sugerencias para mejorar la cadena.

"**Starbucks ideas in Actions**": una web en la que se muestra como las mejores ideas de los clientes se implementan en sus locales.

"**Starbucks en Twitter**": más de 2 millones de seguidores. Entre otras tareas actúa como centro de atención para resolver quejas.

"**Starbucks en Youtube**": vídeos sobre con anuncios, tipos de café, métodos de producción…

"**Starbucks en Facebook**": más de 9 millones de fans.

CASO LAS MANOLITAS

Con sólo un par de años de existencia ya cuentan con más de 13000 seguidores en la red Facebook y más de 1000 en Twitter.

“Mi idea para Starbucks“: portal para que los consumidores compartan ideas y sugerencias para mejorar la cadena.

“Starbucks ideas in Actions“: una web en la que se muestra como las mejores ideas de los clientes se implementan en sus locales.

“Starbucks en Twitter“: más de 2 millones de seguidores. Entre otras tareas actúa como centro de atención para resolver quejas.

“Starbucks en Youtube“: vídeos sobre con anuncios, tipos de café, métodos de producción…

“Starbucks en Facebook“: más de 9 millones de fans.

2. CREA ALGO EXTRAORDINARIO

3. PON A LOS CLIENTES A TRABAJAR PARA TI

4. TRATA DE GENERAR UN IDEAVIRUS

5. EXPLORA
TUS LÍMITES

6. PIENSA EN MERCADOS PEQUEÑOS

Nuevos hogares:

Dinkis, one parents, singles, bobos, etc.

Cambio de valores:

Peter Pan, ya nada es para siempre…

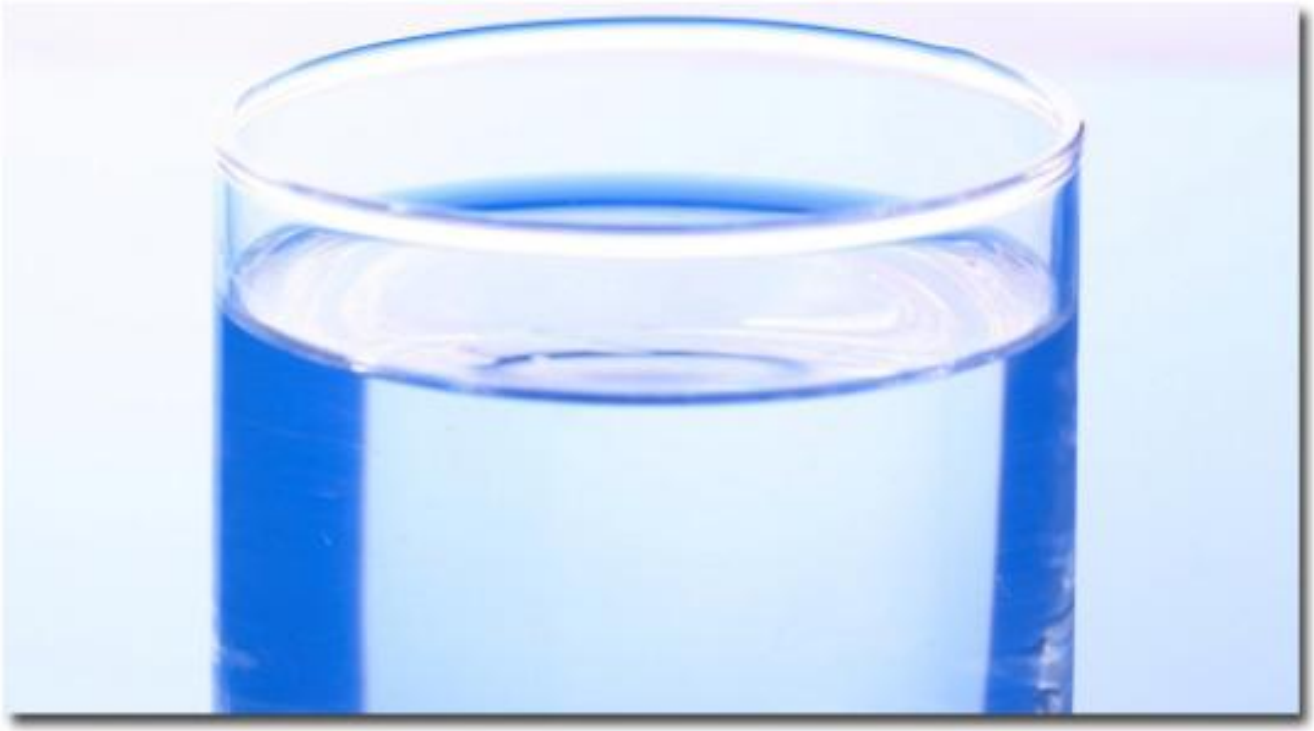
Consumidor mucho más complejo:

Se han transformado los roles. Concepto de Masstigio

7. BUSCA AQUELLO QUE NADIE HACE

8. HAZLO

9. SE HONESTO



10. INNOVA CONSTANTEMENTE

VEÁMOS ALGUNOS EJEMPLOS

UN
CAFÉ

EL
STARBUCKS

EXPERIENCIA DE USO

DISEÑO DE LOS LOCALES

RELACIÓN

FIDELIZACIÓN

SERVICIO

PRECIOS PREMIUM

"No estamos en el negocio del café sirviendo a personas, sino en el negocio de las personas, sirviendo café" (Howard Schultz)

KETE... QUÉ?

'EL TUENTI'

NICHO DE MERCADO

SEGMENTACIÓN

EXCLUSIVIDAD

ENTRAS POR INVITACIÓN

ÁMBITO MÁS PRIVADO

MAYOR AUTENTICIDAD

SIMPLICIDAD

BOCA-OREJA

"La idea es reproducir la red social que se da en el mundo y las relaciones sociales que se dan en la vida" (Zaryn Dentzel)

UN MP3

"Una marca es la diferencia entre un mp3 y un iPOD"

UN IPOD

EXCLUSIVIDAD

SIMPLICIDAD

EXPERIENCIA DE USO

COMUNIDAD

COOL

NICHO DE MERCADO

EVANGELIZADORES

INNOVACIÓN

"Si quieres seguir vendiendo agua carbonatada con azúcar quédate donde estás, si quieres cambiar el mundo ven a Apple..." (Steve Jobs)

UNA FRUTERÍA

UNA VACA PÚRPURA