

MARKETING DE

ÉXITO



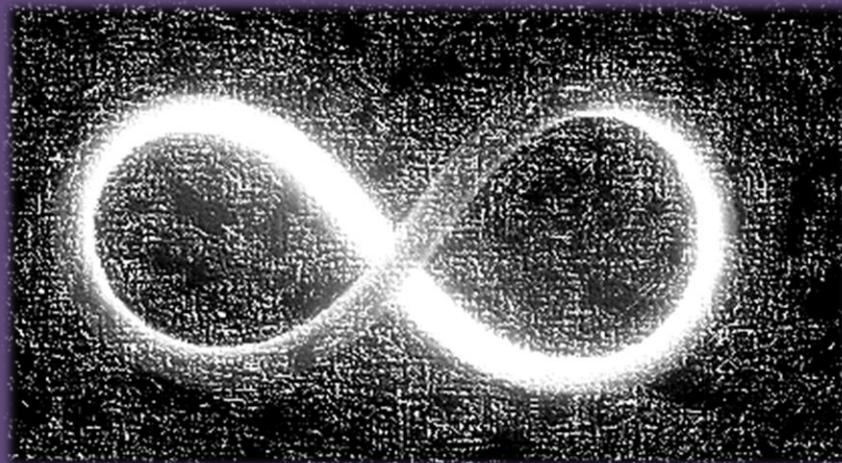
¿CÓMO **ENFOCAR** MI EMPRESA AL **CLIENTE?**

¿ POR LO TANTO?

ES EL PRINCIPIO Y

EL FIN DE TODO

EN LA EMPRESA





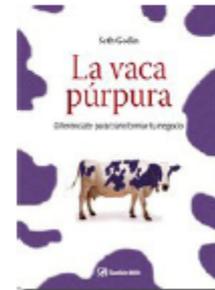
¿Qué PROVOCA?

- AUMENTO DE OFERTA
- SATURACIÓN
- MAYOR DIFICULTAD PARA DIFERENCIARSE
- NUEVO PATRONES DE CONSUMO

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

LA VACA PÚRPURA

algo excepcional

nuevo

interesante

centrado en el nicho

algo en lo que se fije la gente



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 dan 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 influyen las decisiones de compra de los consumidores de formas cada vez más sofisticadas.





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



7. BUSCA AQUELLO QUE NADIE HACE



8. HAZLO

9. SE HONESTO





10. INNOVA CONSTANTEMENTE



10. INNOVA CONSTANTEMENTE

MAPA DE EMPATÍA

SEGMENTAR



EMPATIZAR

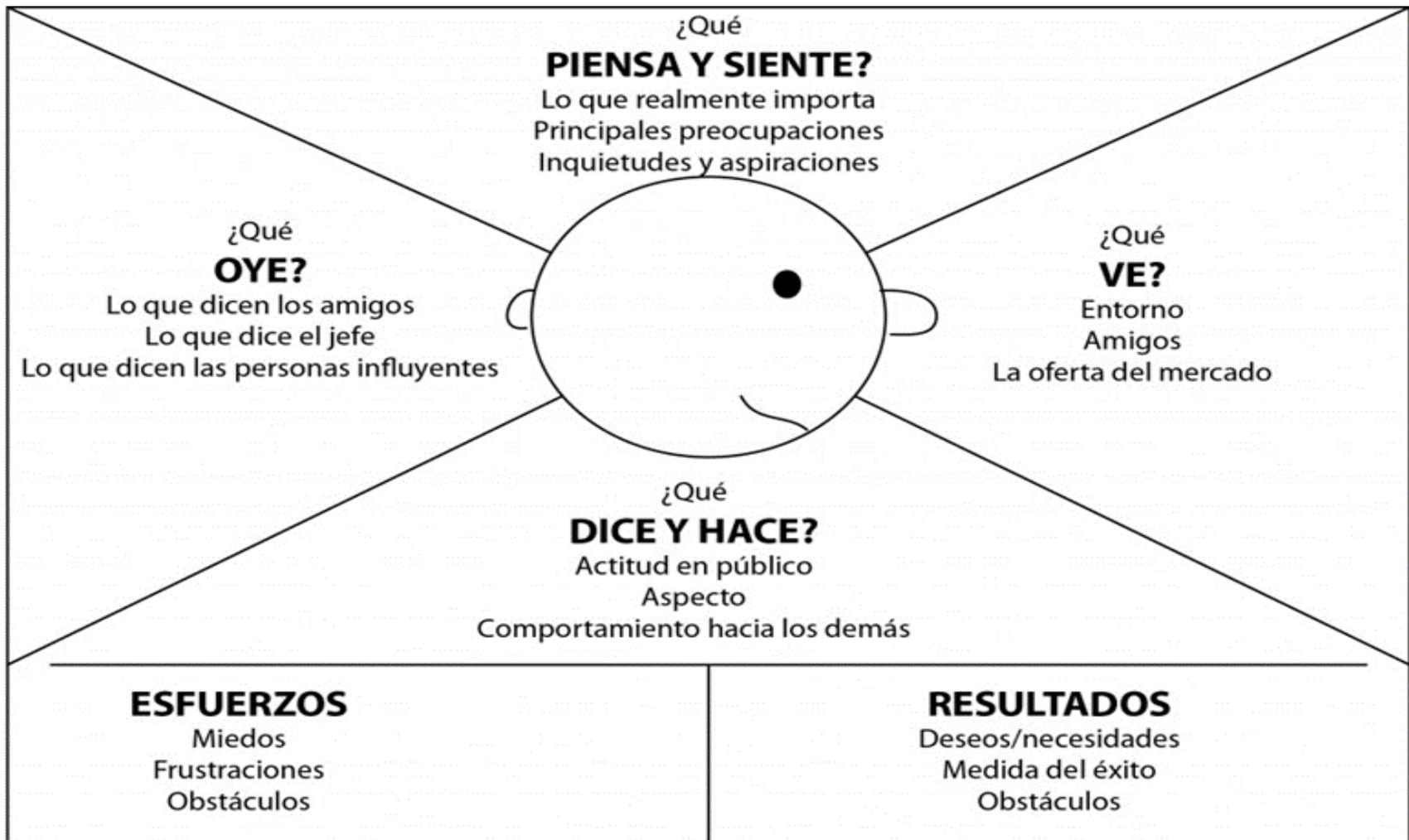


HUMANIZAR



VALIDAR





**IDEA DE NEGOCIO:
RESTAURANTE CON MENUS
ESPECIALES PARA
DEPORTISTAS Y COMIDA PARA
LLEVAR**

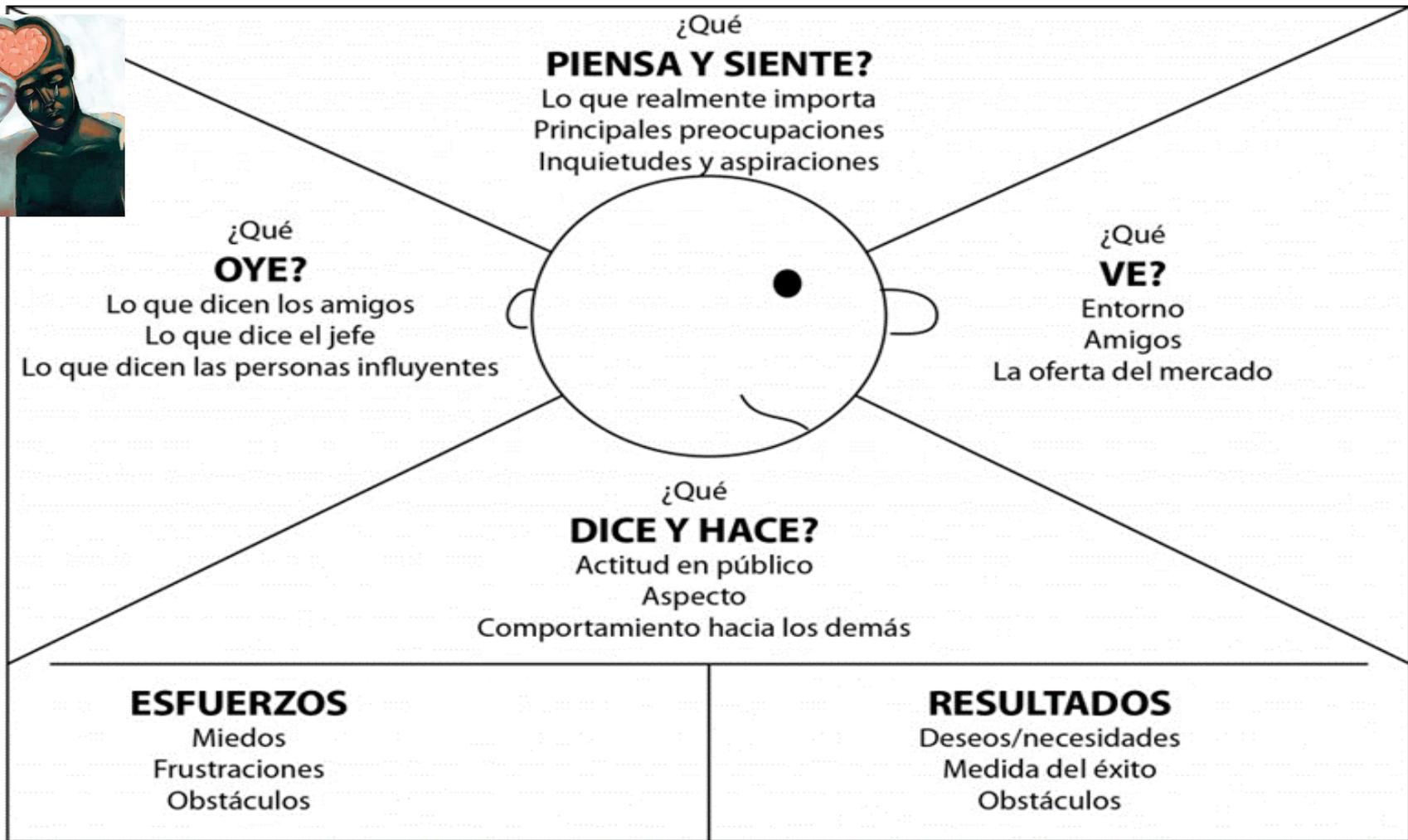


SEGMENTO DE CLIENTES:

**AFICIONADOS AL DEPORTE QUE
LLEVAN DIETA CONCRETA EN
FUNCIÓN DEL DEPORTE**

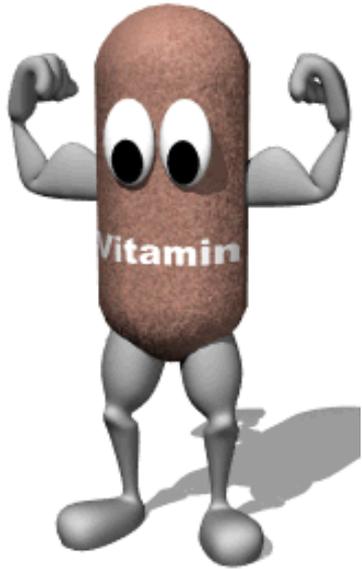
**NUESTRO CLIENTE:
SILVIA, DE 30 AÑOS, TRABAJA
EN ASESORÍA, SOLTERA Y
PRÁCTICA DE DEPORTE
REGULARMENTE**





YA SABEMOS QUIEN ES EL CLIENTE

Pero ¿qué vendes?



ESTRATEGIAS DE MARKETING

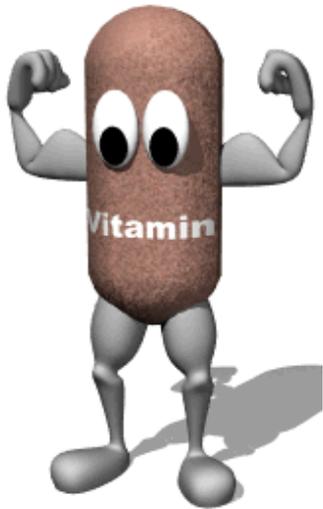
PRIMERO IDENTIFICAR AL CLIENTE QUE SIENDE DOLOR
DEMOSTRAR QUE TU PRODUCTO QUITA EL DOLOR. LA
CLAVE: LA PROMESA DE QUITARLE EL DOLOR.



IDENTIFICAR GRUPOS DE CLIENTES PROCLIVES A SUFRIR
EL DOLOR HACERLES VER EL RIESGO QUE CORREN Y EL
COSTE RELATIVO DE PRODUCTO.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

IDENTIFICA A LOS CLIENTES QUE MÁS SE BENEFICIARÁN Y HACERLES LLEGAR LA ESPERANZA DE SOLUCIÓN PARA SU DISFRUTE.



IDENTIFICAR A LOS CLIENTES QUE YA CONSUMEN VITAMINAS Y PERCIBIR LO QUE BUSCAN, (ESTATUS, ALGO MEJOR, ETC..)

DESTRIPA TU PRODUCTO/SERVICIO



DESTRIPA TU PRODUCTO/SERVICIO

INTANGIBLES	TANGIBLES	VENTAJAS PARA EL CLIENTE
Servicio 24 horas Entrega a domicilio Devolución ante insatisfacción	Caza de zapatos Zapato (posicionamiento)	Accesibilidad Diseño, identidad Comodidad Pertenenencia, status Seguridad Etc...

**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)

ketexé

Regístrate ahora

La forma más fácil de estar siempre conectado a tus amigos, estén donde estén

Y ahora en keteke...
 que te monten el FIESTA PLURAL del siglo no te cuesta nada...
 enérate cómo

... y la TARIFA PLURAL Para hablar entre nosotros Por 0€, (TlanoCa)

Encuentra a los amigos, familiares y compañeros de estudio y trabajo

© 2008-2009 | Acerca de nosotros | Privacidad | Condiciones de servicio | Blog

**KETE...
QUÉ?**

tuenti

Inicio

Email:

Contraseña:

Recuerdame en este equipo

[¿Tienes problemas para entrar?](#)

[¿No estás registrado?](#)

© 2008-2009 | Acerca de nosotros | Privacidad | Condiciones de servicio

'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

LA MANZANA
)
DEL CUENTO

986 134 396
986 134 396

LA MANZANA DEL CUENTO [CATALOGO](#) [FORMAS DE PAGAR](#) [EMPRESAS](#) [CONTACTO](#) [TERMINOS Y CONDICIONES](#)

CATÁLOGO

- ▶ CESTAS
 - ▶ BUCETES DE CHOCOLATE
 - ▶ Mermeladas 11
 - ▶ Sete Frutas
 - ▶ Fruta y Agua Mito
 - ▶ La Manzana y su Estilo
 - ▶ Recetas
- ▶ COMPLEMENTOS
- ▶ A TU MEDIDA

NUESTRO CLIENTE

¿Qué regalo? La oferta presenta cuando queremos ser originales, sorprender a quien todos, a quien. Como resultado nace LA MANZANA DEL CUENTO donde encontramos cesta de frutas u otros regalos, originales y sorprendentes, pero sobre todo, elaborados con productos de primera calidad y utilizando siempre fruta de todos los rincones del mundo.

Elaborar cada cesta según sus gustos y simpatías, combinando recipientes de alta calidad y de diferentes texturas (cajón, mazo, cesta, bolso, etc.) con frutas frescas, frutos secos, chocolates, mermeladas artesanales, bollos hechos, productos gourmet, vino y licor y un sin fin de detalles, que nos permiten ofrecer a nuestros clientes la mejor y más original opción para sorprender a quienes.

La atención al cliente y la alta calidad de nuestros productos son los pilares fundamentales de esta línea comercial.

Por ello contamos con expertos proveedores repartidos por toda la geografía española y con un equipo que permanece en cada momento con el mercado, innovando y mejorando nuestros servicios.

LA MANZANA DEL CUENTO EN TV

Un reportaje de la Televisión de Galicia

NOTICIAS

Web reconocida por el [Google](#)

INICIO

SERVICIOS

VENTAJAS

CONTACTO



ACCELERADOR

DE EMPRESAS
INNOVADORAS

**PROGRAMA DE
SERVICIOS
AVANZADOS PARA
EMPRESAS CON ALTO
POTENCIAL DE
CRECIMIENTO**

CEEI
ALCOY
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

 **GENERALITAT
VALENCIANA**
CONSELLERIA D'INDUSTRIA,
COMERCÍ I INNOVACIÓ

IMPIVA



Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
Una forma de hacer Europa