

3

El pla de màrqueting



1. [Màrqueting](#)
 2. [Màrqueting mix clàssic](#)
 3. [Noves formes de màrqueting](#)
 4. [La franquícia i els seus elements](#)
- [Organitzo les meves idees](#)

El pla de màrqueting

1. Màrqueting



MARKETING

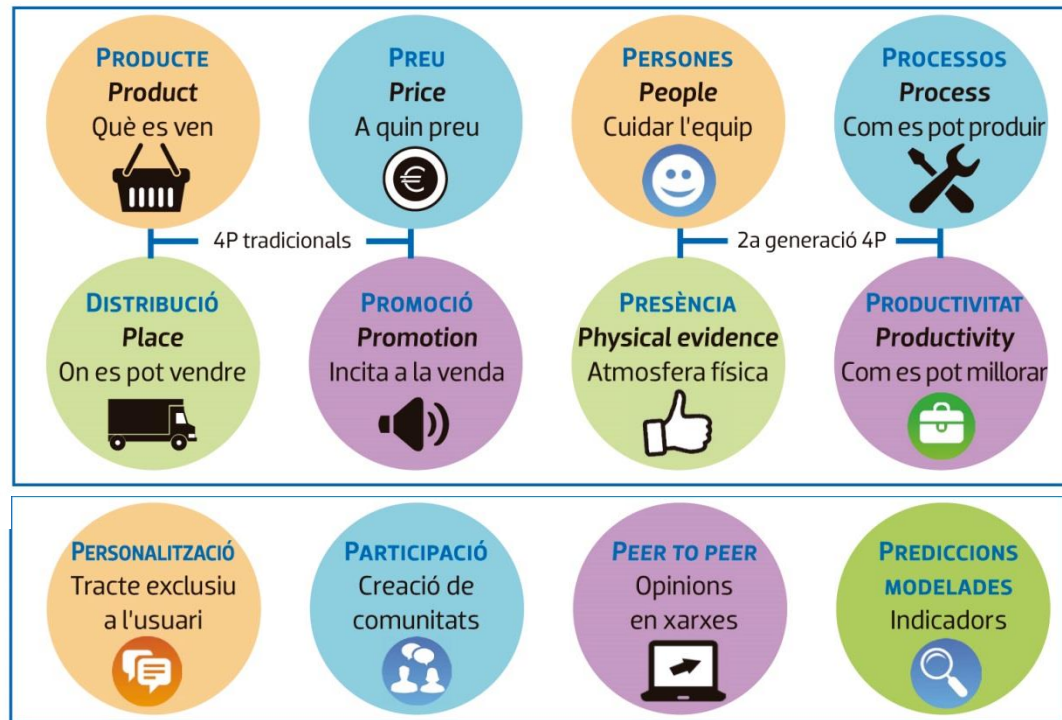
Màrqueting tradicional
Canals fora de línia



Màrqueting digital
Canals en línia

Identifica, s'anticipa i satisfà necessitats dels consumidors.

Fomenta les vendes cercant més beneficis.



4P digitals



Associació de Màrqueting d'Espanya: <https://www.asociacionmkt.es/>

El pla de màrqueting

2. Màrqueting mix clàssic

2.1. Producte (*product*)



Concepte de producte

És el conjunt d'atributs tangibles i intangibles valorats pel consumidor en un bé o servei.

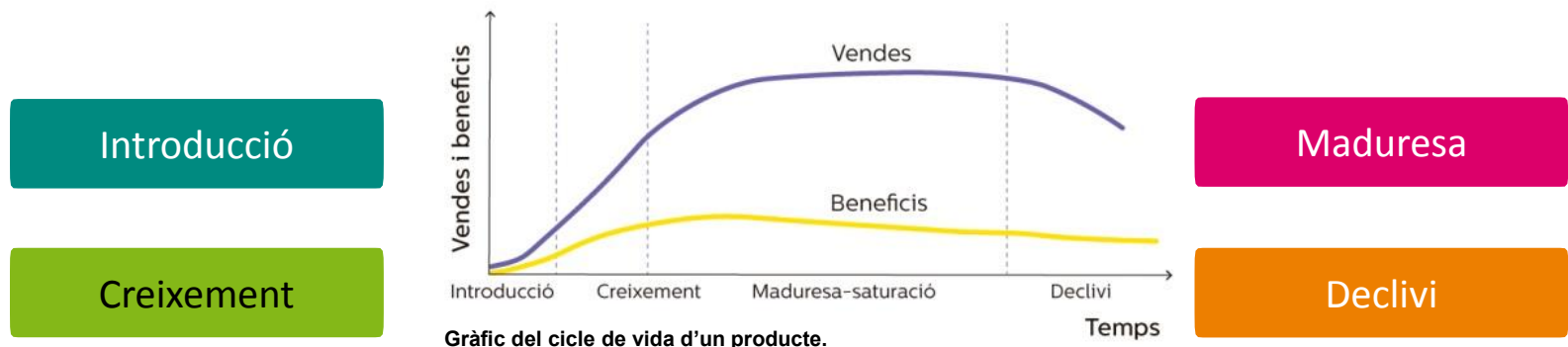
Nivells de producte

Producte bàsic

Producte formal

Producte ampliat

Cicle de la vida del producte



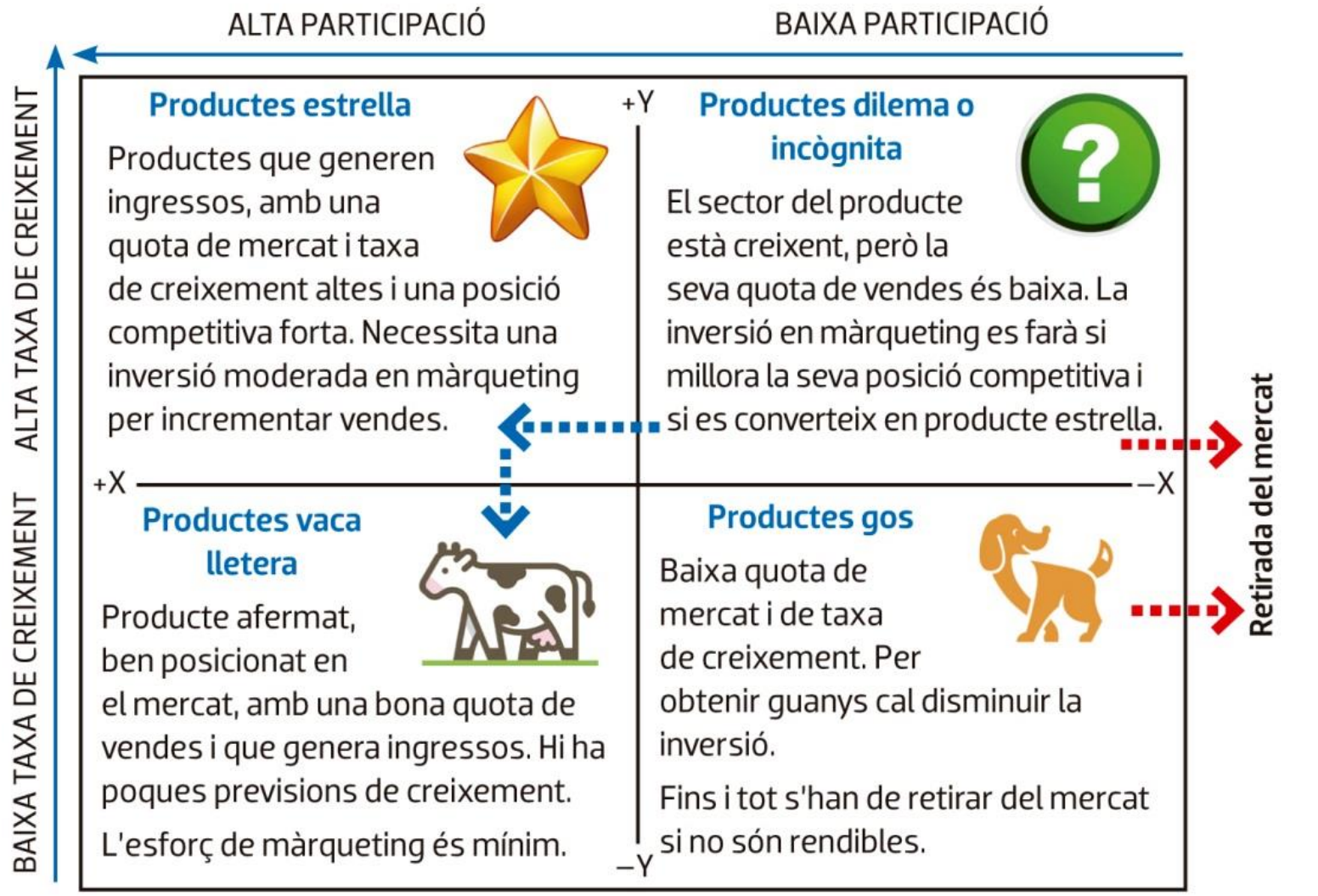
El pla de màrqueting

2. Màrqueting mix clàssic

2.1. Producte (*product*)



Matriu BCG

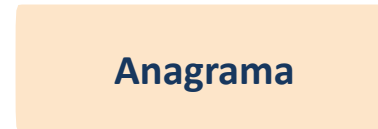
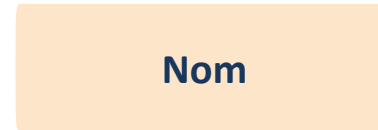




Concepte de marca

És el nom, terme, símbol o disseny, o una combinació d'aquests, que tracta d'identificar els béns o serveis d'un venedor o grup de venedors i diferenciar-los de la competència.

Element de la marca



El pla de màrqueting

2. Màrqueting mix clàssic

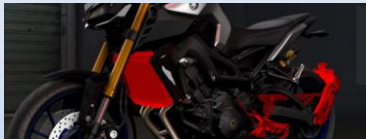
2.1. Producte (*product*)

Estratègies de marca

MARCA ÚNICA

Empara **tots els productes** si la imatge i marca d'empresa és **positiva**.

S'estalvia en promoció i publicitat.



MARQUES MÚLTIPLES

Fusió d'empreses, que mantenen el nom dels seus productes.

S'arriba a més segments de consumidors i zones geogràfiques.

Comporta **costos** superiors.



SEGONES MARQUES

Marques creades per una empresa que ja disposa de marques reconegudes.

Segmenta i amplia el mercat per adreçar-se a un *target* diferent de l'habitual.



MARCA DISTRIBUÏDOR

Conjunt de les marques comercials **propietat del distribuïdor** i les marques de productes genèrics, també anomenades *marques blanques*.





Preu

Factor important en la decisió de compra

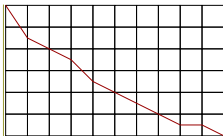
Què cal considerar?

Produir beneficis a l'empresa

Ser acceptat pel mercat

criteris de fixació dels preus

Estimar el preu d'un producte utilitzant simultàniament els tres criteris



Basat en costos

Preu = cost total + marge de benefici



Basat en la percepció del comprador



Basat en preus fixats per la competència



Estratègies de preus

Descomptes i promocions

- Descompte per pagament immediat.
- Descompte per volum de compra (ràpel).
- Descomptes periòdics o rebaixes.
- Descomptes aleatoris o ofertes.
- Descomptes estacionals.

Preus psicològics

- Preu imparell o no arrodonit.
- Preu parell o arrodonit.
- Preus de prestigi.
- Preus de referència.

Estratègies per a diverses línies de productes

- Líder en pèrdues.
- Preu paquet.
- Preus captius.

Preus per a productes nous

- Penetració.
- Desnatació.



Distribució

Són les tasques per decidir on, quan i com s'ha de lliurar el producte al consumidor.

Canal de distribució

Agents implicats a portar els productes al consumidor final.

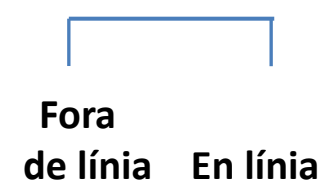
Longitud del canal



Intermediaris



Tipus de canals



Tipus de distribució

EXCLUSIVA

SELECTIVA

INTENSIVA



Promoció

Són les accions adreçades a donar a conèixer el producte, la seva marca i els seus beneficis.

Elements clau per comunicar

Informar

Persuadir

Recordar

Accions

Publicitat

Relacions públiques

Marxandatge

Promoció vendes

Fidelització

Servei postvenda

SMS i a/e

Publicitat viral

Bàners

Fires, congressos....



Persones

És l'equip de col·laboradors de l'empresa, del comportament dels quals amb la clientela depèn l'èxit comercial i empresarial d'una companyia.



- Influeixen en la bona imatge de l'empresa i de la marca, encara que no treballin directament amb clients.
- La qualitat del servei, el tracte al client i el saber fer dels empleats influeixen en la imatge empresarial.
- És important cuidar els «clients interns».



Procés

És el conjunt de metodologies i procediments de treball utilitzats.

Què inclou un procés?

Descripció de com s'elaborarà un producte

Quan s'oferirà

Com es gestionaran les queixes

Requisits per a un procés efectiu

- Constantment revisats i alineats a les demandes empresarials, laborals i comercials.
- Prescindir de l'activitat sense valor afegit i innecessària.
- No ha d'afectar la qualitat del producte.



Presència o evidència física

Són els elements corporatius que fan l'ambient agradable per al client i que l'atreuen des d'un primer moment.

Elements inclosos

- Imatge corporativa, la cultura o la seva identitat.
- Als locals i instal·lacions:
 - ✓ Atmosfera (color, mida, olor, so, música...)
 - ✓ Decoració.
 - ✓ Mobiliari.
 - ✓ Disposició dels espais.
- Targetes de visita.
- Uniformes del personal.
- Detalls cap al client (p. ex. articles d'higiene en hotels).



Productivitat i qualitat

Cerca les millors pràctiques en l'execució del servei, amb l'afany d'emprar coherentment els recursos, reduir els costos i optimitzar el temps dels equips de treball, sense que això afecti la qualitat del servei, la qual ha de ser avaluada des de la perspectiva del client.

La productivitat i la qualitat han d'anar unides, ja que una reducció de costos no ha de minvar la qualitat ni implicar que els clients i empleats es vegin afectats. D'igual manera, les millores de qualitat no han de sobrepassar el cost que el client està disposat a pagar per aquesta millora.



Màrqueting mix: [MARKETING MIX | Las nuevas 8 P's](#)

[Las 4 P del marketing ya no existen. ¡Hola a las 4 E!](#)

Màrqueting digital

Personalització

Anuncis, notificacions o publicitat adaptats al client.

Recollida en línia de dades (*Google Trends*)
Native advertising
Programmatic advertising
Marketing automation

Peer to peer

Opinions, recomanacions o suggeriments que hi ha a les xarxes socials.

Els clients confien més en les opinions i suggeriments que els donen les persones pròximes sobre un producte o servei que en la publicitat mateixa.

Participació

Informació útil per adaptar-se a les necessitats reals dels clients.

Community manager
Pàgina web corporativa
SEM / SEO / Google Trends / Google AdWords
Perfils corporatius en les xarxes socials
Comunitats de clients

Prediccions modelades

Anàlisi del comportament dels usuaris amb dades quantitatives de les seves accions a internet.

Eines de pagament i gratuïtes de monitoratge / Google Analytics
Brand awareness



Màrqueting digital: [10 tendencias de marketing online](#)



La franquícia

És un contracte de col·laboració entre dues empreses, jurídicament i econòmicament independents, a través del qual el franquiciador (que és titular d'un *know-how*) concedeix al franquiciat el dret d'explotar-lo, per un temps i en una àrea delimitats i sota certes condicions de control, a canvi d'una prestació econòmica.

Relacions entre els actors d'una franquícia



Cercadors de franquícies amb èxit a Espanya:

<https://www.generaldefranquicias.com/>
<https://www.franquicia.net/>

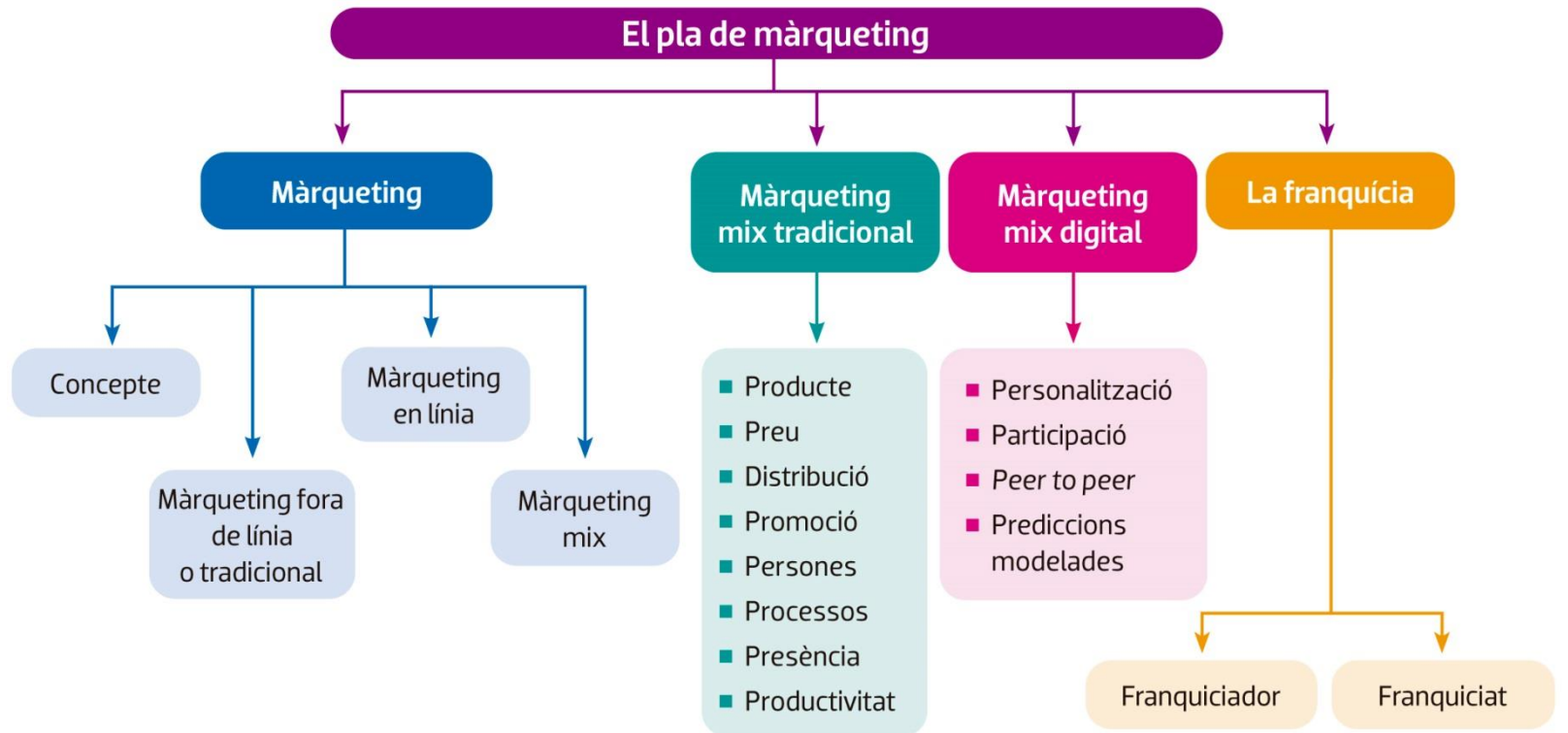


Associació de Franquiciadors d'Espanya:

<http://www.franquiciadores.com/>

El pla de màrqueting

Organitzo les meves idees



Grans magatzems i revolució social: [Grandes almacenes y revolución social](#)