

NUEVO **MARKETING**

QUEDA DEMOSTRADO QUE PODEMOS VIVIR:

EN FAMILIA. INCLUSO CONVIVIR
SIN TRABAJAR. LOS MENOS, DESDE CASA
SIN HACER PLANES A MEDIO-LARGO PLAZO
SIN COCHE
SIN BESARNOS, NI ABRAZARNOS
SIN VIAJAR
SIN VER FUTBOL
SIN SALIR DE CASA

PODEMOS VIVIR CASI SIN GASTAR

¿QUE HUELLAS QUEDARÁN EN LA SOCIEDAD?

CAMBIO DE PARADIGMA SOCIEDAD

CONFORT-SEGURIDAD

MIEDO-BLOQUEO-INSEGURIDAD

PERDIDA DE CONFIANZA

IGUALDAD

MAS DESIGUALDAD

NUEVA SEGMENTACIÓN

LIBERTAD

VIGILADOS

RELACIÓN
RESPONSABILIDAD
INDIVIDUAL

GLOBALIDAD

VUELTA AL HOGAR

LOCAL

OBJETIVO DEL MARKETING
SATISFACER NECESIDADES

PERSONAS





MARKETING MIX



Product



Price



Place



Promotion

PRODUCTO

La calidad de lo ofrecido pero sobre todo la seguridad. La necesidad real, si se quiere básicas, no lo superfluo. El potencial de uso del producto, de la idea o del servicio. Pensado en resolver algo. El papel determinante del hogar (dónde vivo y cómo). La importancia de los momentos.

PRECIO

El valor percibido de lo que vendo. La racionalización de la oferta ante el ajuste de gasto. El valor del dinero. El proceso de decisión del gasto.

DISTRIBUCIÓN

Presencia y la visibilidad. Poder comprar + CERCA. Los supermercados/los grandes centros comerciales/ los negocios pequeños y de proximidad. La compra on line.

COMUNICACIÓN

La credibilidad y la relevancia. Las marcas honestas. Los mensajes menos elaborados. No me lo cuentes, haz y me lo dices. El tono. Los medios tradicionales y la publicidad convencional. Las herramientas clásicas (patrocinio...) vs redes sociales



MARKETING MIX



Product



Price



Place



Promotion



People



Process



Physical environment

Personas

La cultura organizacional. El teletrabajo. La experiencia del consumidor.

Procesos

Facilidad. Disponibilidad.

Entorno físico

Seguridad y protocolos sanitarios en lo físico. Y en lo virtual.

1. ANTE UN CONSUMIDOR MIEDOSO, **NO ACTUEMOS COMO EMPRESAS O MARCAS MIEDOSAS.** ESO NOS PUEDE LLEVAR AL BLOQUEO.
2. REPENSEMOS LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR/CLIENTE Y **ADAPTEMOS NUESTRA PROPUESTA.**
3. **NECESITAMOS SER VALIENTES** PARA DESBLOQUEAR LA SITUACION. EL CONSUMO SEGURO QUE VOLVERA.