

El Marketing Creativo y Lateral

Del Marketing A al Marketing B

El Marketing clásico (el A) ya no es suficiente. Trabaja sobre el proceso y el producto, y ahora hay que trabajar en el conocimiento, la orientación al competidor y el cliente y el servicio (el producto ya no vale sin servicio). El Marketing nuevo, lateral y creativo (el B) fabrica servicios para el conocimiento.

yellowStar 

Duración y Certificación

- Duración
 - 2 días en jornada completa
- Diploma
 - El alumno recibe un Diploma Acreditativo

Índice General

- A. Las encrucijadas de la Reina
 - » O como resolver el misterio de la Reina
- B. La Reina gobierna: el Marketing en acción
 - » O como gobernar el Reino
- C. Abracadabra: el aprendiz de Brujo
 - » O como convertirse en Mago
- C. El Marketing de Guerra: a la Orden General
 - » O cuando la Reina se convierte en Generala

A
**LAS ENCRUCIJADAS DE LA
REINA**

Encrucijada 1: La Reina ya no esta sola

Un mercado competitivo, evolucionado, digital, hiperfragmentado y al mismo tiempo global: es obvio que la Reina ya no esta sola

- El Marketing exige una nueva filosofía o como cambiar o morir
- Orientación al Competidor, ya es hora de orientarse al competidor y no solo al consumidor
- El Arte de la Guerra, si se quiere ganar hay que jugar en el campo de batalla

Encrucijada 2: La Reina no quiere mas joyas, prefiere que se las pongan

La Empresa que solo piense en producto esta abocada al fracaso. El servicio hoy es el factor esencial y diferenciador: la Reina ya no quiere mas joyas, prefiere que se las pongan.

- El servicio como elemento diferenciador
- La calidad del servicio
- Necesidades y expectativas de los Clientes
 - » La Pirámide de Maslow adaptada: la tercera dimensión
 - » Las Subpiramides: construir pirámides sin estar en Egipto
 - » La Teoría ERG

Encrucijada 3: Para bailar con la Reina hay que saber bailar

Si en la Empresa el Marketing Interno es
inexistente, entonces el Marketing Externo será
un desastre: para bailar con la Reina hay que
saber bailar

- El equipo de Marketing: o como bailar la salsa
todos juntos
- La motivación del equipo: a ritmo de tango
- La comunicación interna: es difícil bailar un vals

B

**LA REINA GOBIERNA:
EL MARKETING EN ACCIÓN**

B1. Si quiere bailar con la Reina, sedúzcala

**FIDELIZAR O MORIR: ESA ES
LA CUESTIÓN**

Principios de Relación

- Fidelización
- Las tres “R”
- El valor percibido
- Valor Vital del Cliente
- Estrategia de Relación
 - » Identificación del Cliente
 - » Venta Diferencial

Acciones de Relación

- Cross Selling (Venta Cruzada)
- Up Selling (Venta Elevada)
- Cost Selling (Reducción de Costes de Venta)
- Season Selling (Periodos de Compra)

B2. Aunque venda productos, fabrique servicios

**AQUÍ FABRICAMOS
SERVICIOS**

La Política de Servicio

- El Servicio al Cliente
- Producto Global: aquí fabricamos servicios
- El programa de servicio:
 - » Evaluación de la Satisfacción
 - » Gestión de las Percepciones: adecuación de atributos al producto global
 - » La Ecuación del Valor
 - » Definición de normas y estándares de calidad
 - » Conocimiento de la competencia
 - » Control de la actuación de los Proveedores
 - » El modelo SVERQUAL

C

ABRACADABRA: EL APRENDIZ DE BRUJO

C1. La Reina busca el mejor Mago para la Corte

**LA CUESTIÓN ES SI
CONOCEMOS, NO SI DECIMOS
CONOCERLO**

La infraestructura del conocimiento

- CRM (Customer Relationship Management):
 - » La base del conocimiento es su infraestructura
 - » Optimización del conocimiento de los Clientes
 - » Reducción de Costes de Transacción
 - » Reducción de la frustración de los Clientes
 - » Ciclos de venta mas cortos
- La infraestructura del conocimiento:
 - » Plataforma en red
 - » Los programas de atención
 - » Canales interactivos
 - » La consola de conexión

**C2. Todos saben que hay truco, pero
¿dónde?**

**EL MARKETING LATERAL:
NADA POR AQUÍ, NADA POR
ALLÁ**

Innovar

"En un mundo en cambio acelerado, donde ya no basta aprender la cultura elaborada y se demandan por todas partes respuestas nuevas a problemas urgentes, es lógico que la capacidad de innovación sea un recurso humano imprescindible".

(R. Marín y S. de la Torre. 1991)

Marketing Lateral

- Seis Sombreros para Pensar
- Realizar desplazamiento lateral
 - » A nivel de Mercado
 - » A nivel de Producto
 - » A nivel de Marketing-Mix
- Solucionar el vacío aplicando valoración
 - » Imaginar el proceso de compra
 - » Extraer lo positivo
 - » Encontrar un nuevo entorno

D
**EL MARKETING DE GUERRA:
A LA ORDEN GENERAL**

El Marketing de la Guerra

La Reina se convierte en Generala

Las batallas del marketing se libran en un lugar oscuro, húmedo y feo. Con muchos territorios inexplorados y profundos peligros que confunden a los incautos. Es en la mente de los clientes donde se libran esas batallas.

Jack Trout y Al

Ries

- El Marketing es Guerra
- Los Principios de la Guerra
- El Campo de Batalla
- El Cuadro Estratégico
- El Cambio de Entorno
- El General de Marketing

Dinámicas

- Juegos de Grupo
 - » Lateralizando un producto
 - » Reunión interna
 - » Pirámide de Maslow y subpiramides
 - » SERVQUAL
 - » DAFO de encrucijadas
 - » El Marketing de la Guerra
- Tests
 - » Creatividad
- Ejercicios
 - » Valor Vital del Cliente
- Role-Playing grupal
 - » Pensamiento Lateral: Seis Sombreros para Pensar
 - » Creando en grupo
 - » Comunicación Interna
- MetaPlan
 - » Política de Servicio
 - » Marketing Estratégico
- Películas
 - » Visionado de película