AGROECOLAB

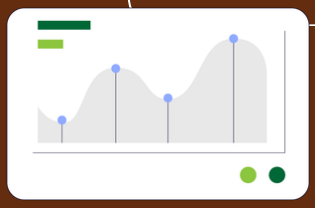
Introducción al marketing

FUNDAMENTOS Y ESTRATEGIA

1. ¿Qué es el Marketing?

Clave: El marketing no crea necesidades, las identifica y ofrece soluciones atractivas.

El marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar **valor** para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con beneficio. No se trata solo de vender, sino de construir **relaciones rentables** a largo plazo.



PROCESO DE MARKETING

Crear valor **para los clientes** y construir relaciones con los clientes

Comprender el mercado y las necesidades y deseos de los clientes. → Diseñar una estrategia de marketing orientada a los clientes. → Crear un programa de marketing integrado que entregue un valor superior. → Construir relaciones rentables y crear deleite en los clientes.

Captar en reciprocidad el valor **de los clientes**

Captar valor de los clientes para generar utilidades y capital de clientes.

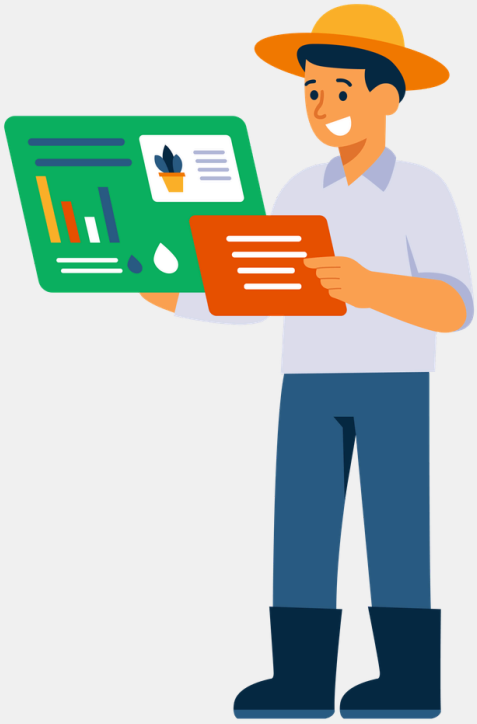
2. EL CLIENTE EN EL CENTRO (Buyer Persona)

Se debe comprender las necesidades y deseos de las/los clientes.

Para que cualquier estrategia funcione, debemos definir al **Buyer Persona:**

- **Perfil Demográfico:** Edad, género, ubicación, ingresos.
- **Perfil Psicográfico:** Intereses, valores, retos y miedos.
- **Comportamiento:** ¿Dónde busca información? ¿Qué redes sociales usa?

3. EL VIAJE DEL CLIENTE (CUSTOMER JOURNEY)



El proceso que sigue un extraño hasta convertirse en embajador de marca:

1. **Conciencia (Awareness):** El cliente descubre que tiene un problema o necesidad.
2. **Consideración:** Evalúa diferentes opciones (incluyéndote a ti).
3. **Conversión (Decisión):** El momento de la compra o registro.
4. **Retención/Fidelización:** El servicio post-venta que asegura que vuelva.

4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO: MATRIZ FODA

Herramienta esencial para el diagnóstico de situación:

1. **Fortalezas (Interno):** ¿En qué somos mejores que el resto?
2. **Oportunidades (Externo):** ¿Qué tendencias del mercado podemos aprovechar?
3. **Debilidades (Interno):** ¿Qué debemos mejorar operativamente?
4. **Amenazas (Externo):** ¿Qué factores (competencia, economía) nos pueden afectar?