

Google™



Coca-Cola

MARKETING GASTRONOMICO

CHINA MOBILE



NOKIA
Connecting People



¿QUE ES EL MERCADEO?

- ✓ Mercadeo no significa “vender” se piensa equivocadamente que solo consiste en realizar ventas y promociones.
- ✓ La venta solo es la punta del iceberg del mercadeo.
- ✓ Si se logra identificar debidamente las necesidades de los consumidores, desarrollar buenos productos, fijar un precio adecuado, distribuirlos y promoverlos bien, dichos productos se venderán con facilidad.

Existen varias definiciones sobre lo que es el mercadeo:

- ✓ Consiste en satisfacer necesidades de forma rentable.

IMPORTANCIA DEL MERCADERO

- ✓ El éxito financiero depende del talento comercial y del mercaderío de las empresas.
- ✓ Las demás áreas de la empresa como finanzas contabilidad producción o cualquier otra no cumplirían ninguna función si no hubiera demanda para lo que produce la empresa.
- ✓ Mercaderío se encarga de generar la demanda para los productos de la empresa.
- ✓ El mercaderío se desarrolla en dentro y fuera del sector empresarial, en organizaciones grandes y pequeñas, en todo tipo de país.

ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL MERCADERO



FUNCIÓNES DEL ÁREA DE MERCADEREO

- ✓ Desarrollo de estrategias y planes de mercadeo.
- ✓ Identificación de los cambios en el entorno y oportunidades del marketing.
- ✓ Relación con los clientes.
- ✓ Creación de marcas fuertes.
- ✓ Definición de la oferta.
- ✓ Entrega y comunicación de valor.
- ✓ Desarrollo de crecimiento rentable a largo plazo.



ELEMENTOS DEL MERCADEREO



CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- ✓ **Necesidades:** requerimientos básicos del ser humano. Donde se percibe una carencia.
- ✓ **Deseos:** carencia de algo específico para satisfacer una necesidad, vienen determinados por la sociedad en que se vive.
- ✓ **Demanda:** deseo de productos específicos respaldados por una capacidad de pago.
- ✓ **Intercambio:** proceso que consiste en conseguir de otro el producto que se desea ofreciendo algo a cambio.
- ✓ **Transacción:** proceso de negociación y acuerdo entre dos o más partes que hace que se produzca el intercambio.



CONCEPTOS FUNDAMENTALES

✓ **Mercado:** conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo que podrían estar dispuestos a satisfacerlos a través del intercambio de elementos de valor.

✓ **Bienes:** satisfactor tangible de necesidades y deseos.

✓ **Servicios:** satisfactor relativamente intangible de necesidades y deseos.



NECESIDADES



La teoría de Maslow, un sicólogo y consultor americano, presento una teoría de la motivación según la cual las necesidades humanas están organizadas y dispuestas en niveles, en una jerarquía de importancia y de influencia.

Esta teoría aplica al mercadeo por que permite determinar que nivel de necesidades se quiere satisfacer, permite enfocar los mensajes publicitarios hacia un nivel de necesidad especifico, facilita la tarea de posicionamiento de un producto.

EJERCICIO:

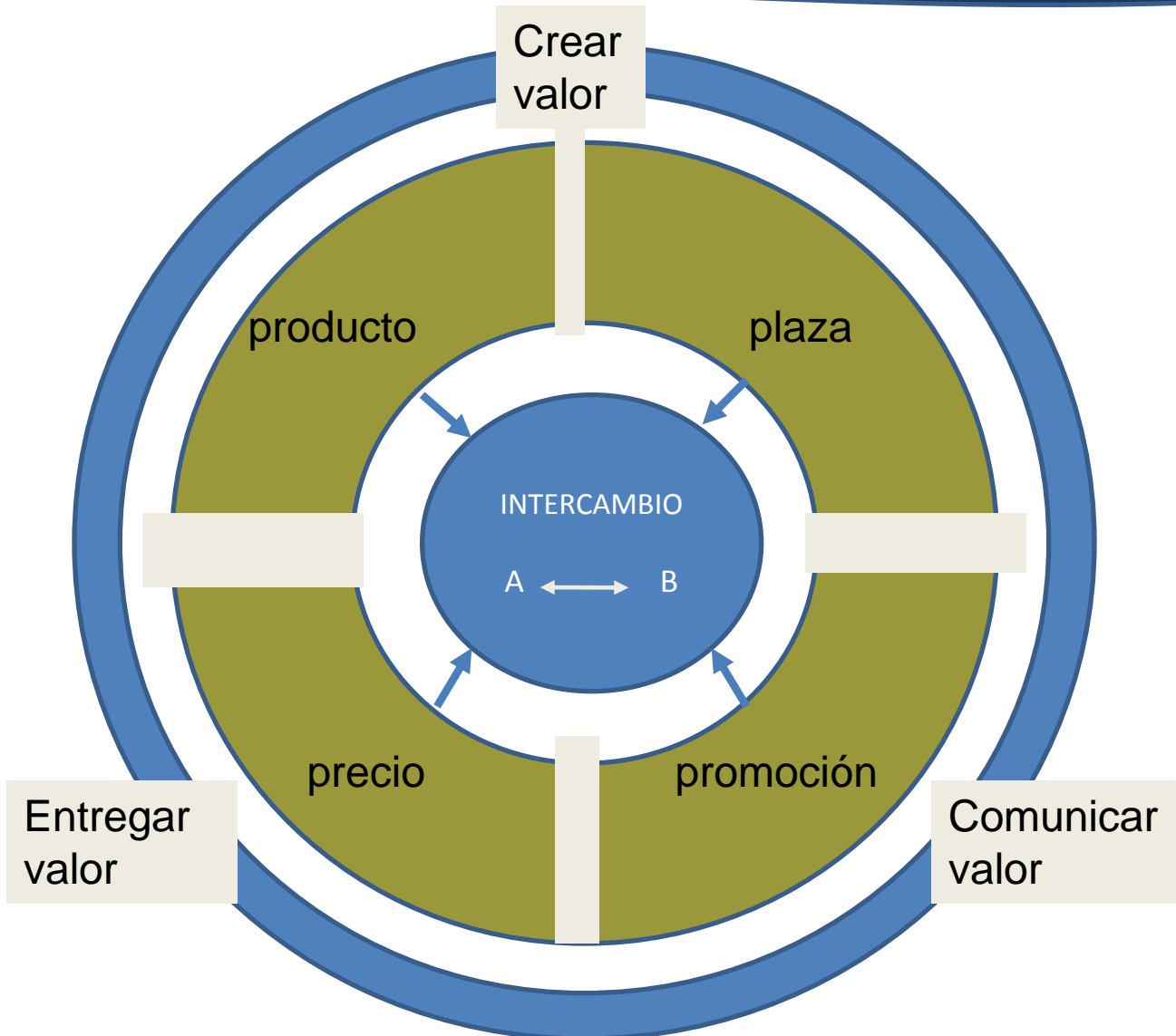
1. Mencione seis productos o servicios y mencione la necesidad que usted considere que satisfacen.
2. ubique cada necesidad identificada en el punto anterior, dentro de la pirámide de necesidades de Maslow.

INTERCAMBIO

Solo existe si se dan cinco condiciones:

1. Deben haber por lo menos dos partes
2. Cada una debe tener algo que pueda ser de valor para la otra parte.
3. Cada parte será capaz de comunicarse con la otra y de entregar los bienes o servicios que esta busca.
4. Cada cual tendrá la libertad de aceptar o rechazar la oferta del otro.
5. Cada cual cree que es apropiado negociar con la otras parte.

MEZCLA DE MARKETING



MEZCLA DE MARKETING



PRODUCTO:

- Conjunto de atributos tangibles o intangibles que se ofrecen a un mercado meta.

El diseñador industrial japonés Naoto Fukasawa ha desarrollado un embalaje único para zumos de frutas. Estudió el color, el aspecto exterior y la sensación que produce cada fruta al tocarla y diseñó estos embalajes basados en el aspecto de cada una de sus pieles.



Latas de cerveza de Lencereria



RAMM

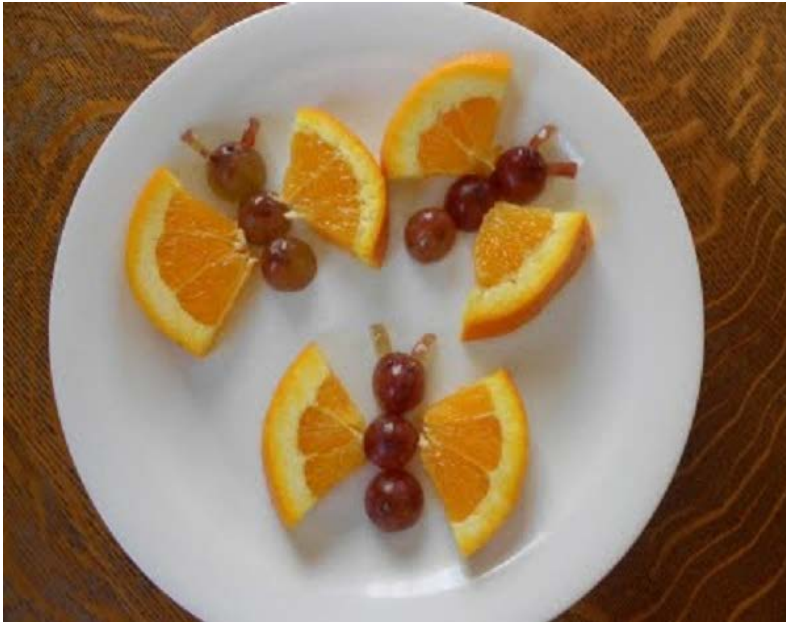
Bolsas de te en papiroplexia



Sandias cuadradas



Fruta divertida para niños



Hamburguesa Nike



PRECIO:

- “Es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”

Philip Kotler



Políticas de precios:

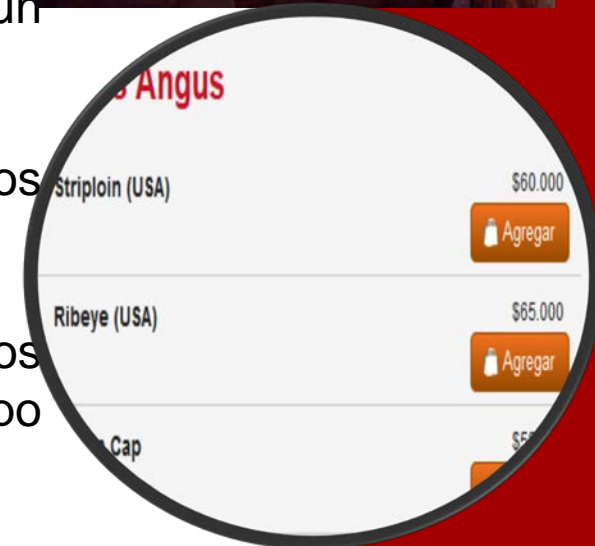
Números y psicología: el 9 y el 0

Según la teoría de los precios, psicológicamente asociamos el número 9 con el valor, y el número 0 con la calidad.

No hay más que notar las diferentes estrategias de precios que siguen un restaurante de comida rápida y un establecimiento “gourmet”.

En el primero, abundarán los productos cuyos precios sean del tipo **\$4,900**, **\$6,990** o **\$8,900**

mientras que en el segundo de los establecimientos, los precios serán mucho más redondos, del tipo **\$20,000**, **\$35,000** o **\$60,000**.



Políticas de precios:

Comida Colombiana

Higado a la criolla o a la plancha

Higado de res con salsa criolla, o a la plancha con cebolla y cilantro picados, acompañado de yuca frita, papa chorreada y guacamole.

\$27.900

 Agregar

Lomo de cerdo con salsa de uchuva

Lomo de cerdo a la plancha, acompañado de papa y yuca chorreada y salsa de uchuva.

\$27.900

 Agregar

Arroz con camarones

Típico de la Costa Atlántica, con un toque de coco y ají dulce, chipi chipi, calamares y camarones acompañados de patacón.

\$30.900

 Agregar

Pescado fresco del día (300 gr)

Servido con arroz con coco, salsa de corozo y ensalada.

\$36.900

 Agregar

Cazuela de mariscos

Camarones, pulpo, calamares, chipi chipi y pescado, cocidos en un excelente caldo marino con un ligero toque de sabor de coco y picante, acompañada de arroz y camarón.

\$36.900

 Agregar

Políticas de precios:

Risottos

Risotto de Espárragos, Pera y Camarones

Arroz arborio, camarones, pera y espárragos.

\$36.000

 Agregar

Risotto de Champiñones

Cre moso arroz arbóreo con variedad de setas, perejil, queso azul y parmesano.

\$29.000

 Agregar

Carnes Nacionales

Churrasco 350 gr

Plato con un acompañamiento a elegir entre las opciones.

\$36.000

 Agregar

Bife Ancho 350 gr

Plato con un acompañamiento a elegir entre las opciones

\$36.000

 Agregar

Baby Beef 300 gr

Plato con un acompañamiento a elegir entre las opciones.

\$38.000

 Agregar

Políticas de precios:

La propuesta de valor del restaurante es la suma de todos los atributos y niveles de calidad que se entregan al cliente a cambio de su dinero (precio del servicio) y de su tiempo (tiempo de servicio).

En términos generales la propuesta de valor esta compuesta por el producto principal (comida y bebida), los servicios necesarios o producto auxiliar (compra, almacenaje, elaboración, servicio, cobro...), la hospitalidad y también la decoración, la ubicación, el ambiente, y la marca o nombre del restaurante.

dentro de un comportamiento racional de los clientes (y más en situaciones como las actuales), estos escogerán o frecuentarán más aquel restaurante que a cambio de su presupuesto (dinero a gastar mas tiempo disponible) le entregue más valor, pues busca maximizar su utilidad y satisfacción.

Políticas de precios:

PROPUESTA DE VALOR

(+) VALOR

Alimentos y Bebidas

Servicios

Hospitalidad

Instalaciones

Marca/nombre

(-) SACRIFICIO

Precio

Tiempo

Esfuerzo

(=) SATISFACCION Del Cliente

PLAZA:

- Lograr que los productos y servicios lleguen hasta el mercado meta en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.



Los mejores del mundo

The World's 50 Best Restaurants 1-50

2013

1-10

11-20

21-30

31-40

41-50

1-50

51-100

Individual Awards



NO.1

EL CELLER DE CAN ROCA
GIRONA, SPAIN



NO.2

NOMA
COPENHAGEN, DENMARK



NO.3

OSTERIA FRANCESCANA
MODENA, ITALY

Los mejores del mundo

The World's 50 Best Restaurants 1-50

2013

1-10

11-20

21-30

31-40

41-50

1-50

51-100

Individual Awards



Los mejores de Latinoamerica



D.O.M. - Sao Paulo, Brazil

No.6 in The World's 50 Best Restaurants List 2013

Los mejores de Latinoamérica



Astrid y Gaston - Lima, Peru

No.14 in The World's 50 Best Restaurants List 2013

Los mejores de Latinoamerica



Pujol - Mexico City, Mexico

No.17 in The World's 50 Best Restaurants List 2013

PROMOCION:

- Informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto.



PROMOCION:

- Informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto.



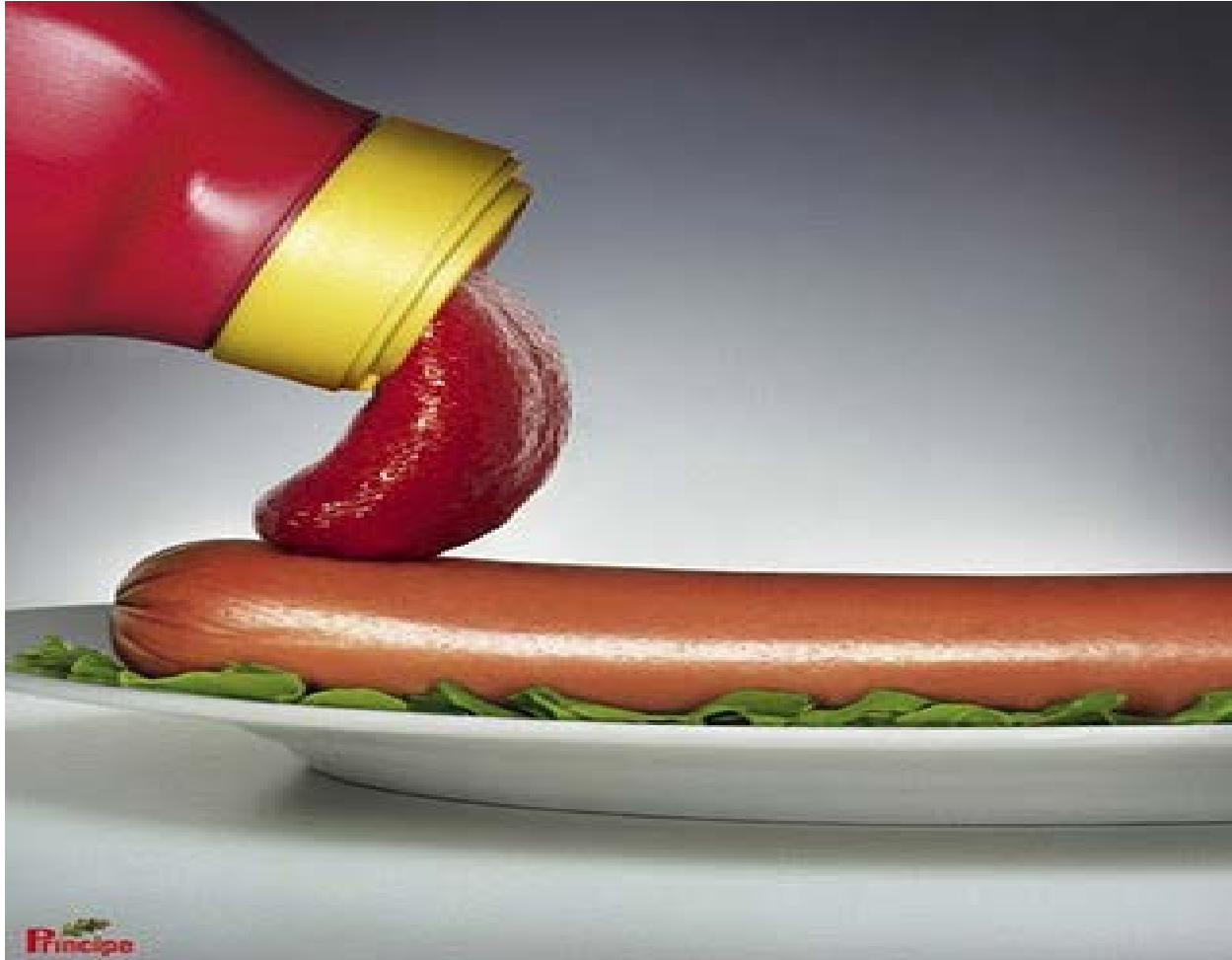
La Masa Mimatta
PIZZAS GOURMET DESDE LA PARRILLA
HOME * CATERING * DELIVERY * NOSOTROS * CONTACTO

SENSACIONAL ESTRENO SERVICIO EXPRESS!
Pizzas y empanadas horneadas, servidas con una reducción de precios y un dulce obsequio
\$48* por persona (ver *) «PASEN Y VEAN»

GRAN CATERING PARA TODA LA FAMILIA

«EL MAGNIFICO» DELIVERY DE PIZZAS CONGELADAS
«MENTALISTA» LEAMONOS AL... \$154.000...

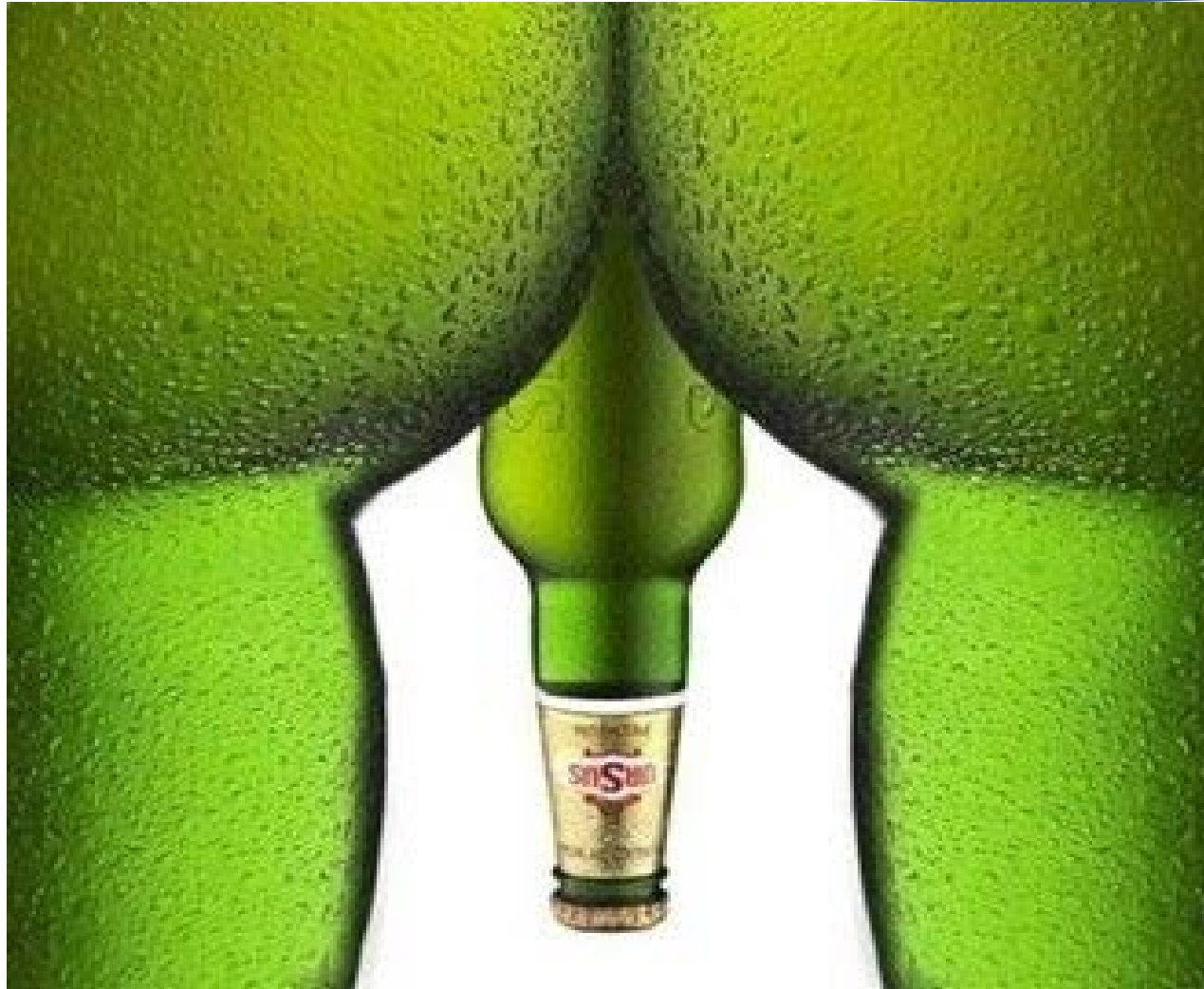
PROMOCION:



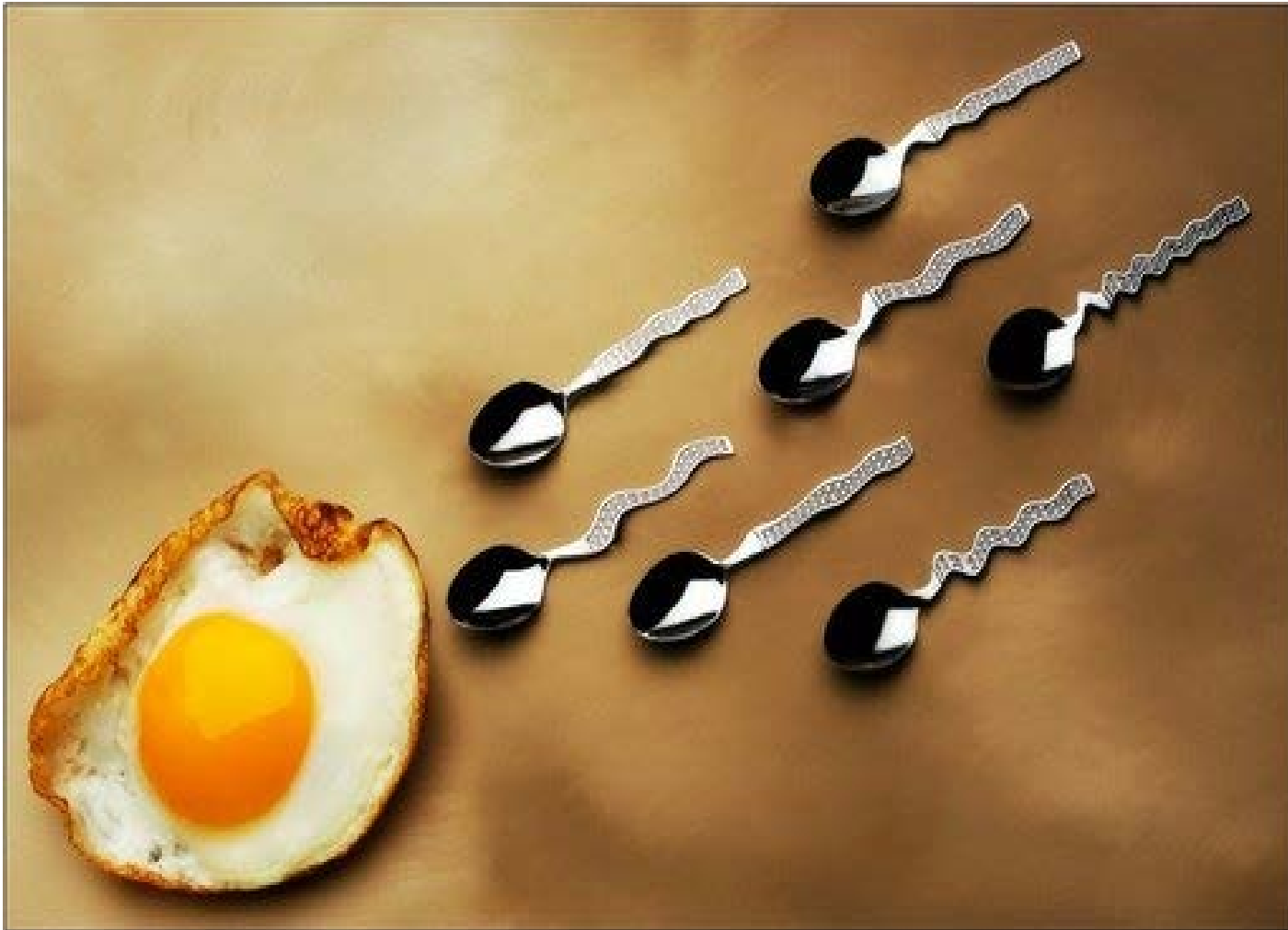
PROMOËJON:



PROMOCION:



PROMOCION:



PROMOTION:

57

LAI D BY THE BEST

Vinyl Flooring, Linoleum & Carpet Specialist

- COMMERCIAL & DOMESTIC
- FREE QUOTES
- PROFESSIONAL PLANNING
- FULLY INSURED
- ALL INTERFACES WITH
- REPAIRS
- REFINISH
- BATHROOM RENOV.
- FREE ADVICE
- ALL SAMPLES AVAILABLE
- CONTACT ANYTIME



D. J. FLOORING

TEL 01273 697584

0410 900216

0410 900216

TEL 01273 697584

D. J. FLOORING



- WEY INSURANCE PLAN
- VET & REDUCED
- WORKING WITH US
- VET EQUIPMENT
- COMMERCIAL & DOMESTIC
- CONTACT US TODAY
- WE'VE GOT THE ANSWERS
- VET WORKS
- WORKING WITH US
- VET EQUIPMENT
- COMMERCIAL & DOMESTIC

Quality Flooring for all your flooring needs

LAI D BY THE BEST