

Qué es el Marketing y cual es su utilidad

miércoles, 08 de octubre de 2008

A pesar de ser una disciplina muy útil por su carácter notoriamente estratégica para la suerte de la empresa moderna, el Marketing no es conocido en toda su dimensión, es más muchos lo ven como una moda y no como una necesidad. En los últimos tiempos se ha escuchado hablar mucho del tema Marketing...pero ¿que es esta palabra tan difundida pero tan poco aplicada en las empresas de nuestro medio?

Por Lic. Rogelio Gregorio*

A diferencia de lo que muchos piensan no es solo hacer publicidad, no es solo vender, no es solo fabricar un producto o un servicio, el marketing es mucho más. Podríamos decir que hacer Marketing es administrar un negocio con una filosofía claramente orientada al mercado.

Cuantos departamentos comerciales de empresas de nuestro país estuvieron y están ocupados por profesionales de otras áreas (llámese contadores, ingenieros, etc.) que no realizaron estudios específicos sobre Marketing. Hoy las empresas cuentan con profesionales en el tema.

Uds. se preguntarán en que beneficia al consumidor una empresa que haga Marketing en serio, los beneficios son muchos y para analizarlos:

- 1) Si el negocio donde uno compra hace marketing seguramente el servicio de ventas que uno recibe será de alto nivel de excelencia, con vendedores preparados y entrenados.
- 2) Los productos o servicios serán pensados y fabricados en función de sus reales necesidades, tomándose en cuenta sus motivaciones y sus gustos y con el valor agregado en servicios que se requiera para el caso.
- 3) La publicidad contendrá mensajes acordes a su idioma (código) a su medida como consumidor.
- 4) El precio tendrá que ver con sus posibilidades de pago y manteniendo inalterada la relación precio/calidad.
- 5) La atención al cliente se convertirá en lo más importante en el negocio y las opiniones de los clientes serán consideradas al tomar decisiones.

Porque lo mas importante en un negocio es que uno como cliente sea tomado en cuenta e incorporado dentro de las decisiones importantes, desde el propio concepto del producto o el servicio hasta lo detalles de como venderlo, entregarlo o brindarlo si es un servicio.

El concepto de ventas pasado nacía del producto y mediante la venta, la promoción y la publicidad buscaba la obtención de las utilidades a través del volumen de ventas.

El concepto de marketing parte de las necesidades del cliente y a través del mix de Marketing llegar a las utilidades satisfaciendo las necesidades y deseos del cliente. Que herramientas controlables manejan las empresas en el mix de Marketing

* Política de precio (definir relación precio/calidad, tener en cuenta el valor percibido, etc.)

* Política de publicidad y promociones (que busca informar, educar y promover la venta)

* Política de distribución (donde, cuando y como quiere el cliente el producto)

* Política de producto (que producto necesita, con que envase, con que marca, con que diseño, etc.)

* Política de ventas (como se va a vender mi producto, mediante qué sistema, con que estrategia, con que perfil de vendedores, etc.)

A su vez existen variables incontrolables para el empresario como: las leyes, la economía, la cultura, las estructuras comerciales existentes. Existen distintas facetas del Marketing como por ejemplo: El Marketing político, ¿que candidato va a comprar?

En realidad elegimos o compramos, permanentemente se plantea el desafío de seducir al electorado mediante métodos de Marketing muy similares a los que se utilizan para la venta de un servicio: donde aspectos relacionados con la imagen, la seguridad, la solvencia, juegan un rol fundamental a la hora de decidir sobre uno u otro candidato. El marketing social

Las donaciones y la aparición del logotipo de la empresa que ayuda a la comunidad o ejemplo de como una institución sin fines de lucro puede solicitar la colaboración con el envío de un folleto y una carta correctamente redactados con mensajes fuertes que buscan la reacción de la comunidad para la ayuda y la donación.

El marketing para la mujer La mujer influye notoriamente en la decisión de muchos productos que eran comprados por los hombres, automóviles, productos para la construcción, sanitarios, muebles y hasta productos propios para el hombre, ropa, zapatos, perfumes o ropa interior.

El marketing de servicios

Aspectos claves para los usuarios, como la imagen de seguridad, confianza, trayectoria, responsabilidad, seriedad profesional como elementos fundamentales en la comercialización de dichos servicios.

Mucha gente dice que el marketing induce a través de la publicidad y la venta a las personas y lo obligan a consumir lo que no necesitan. Pero si el Marketing expresa que antes de producir un producto o antes de ofrecer un servicio hay que estudiar cual es la necesidad de las personas e incluso plantea que el mensaje debe adecuarse a lo que el potencial cliente necesita saber, podemos concluir en que el Marketing bien realizado beneficia al cliente y por ende a las empresas.

No se niega que exista la publicidad engañosa, los precios engañosos y los productos engañosos pero estos no son consecuencia del Marketing son consecuencia de la mala fe de algunos profesionales y empresarios que como pasa en tantas otras disciplinas no cumplen con la ética en su actividad comercial. En síntesis, las modas pasan y los consumidores esperan que las empresas entiendan sus necesidades y la satisfagan y para esto necesitamos del Marketing. *Profesor de la Universidad Nacional de Rosario y de varios Institutos de Formación Terciaria de Rosario, así como también del Instituto San Pablo de Villa Constitución.

Capacitador de Empresas, Organismos Gubernamentales y No Gubernamentales.

Titular de Gregorio y Asociados Consultores.
Miembro del Área de Asesoramiento Académico de Grupo Co.S.M.O.