

# Nuevas estrategias para impactar en el mercado

<http://jose-luis-pastor.blogspot.com>

CEEI

2009

**Generación**

**Finales de los 60 – Principios 70**  
**Pesimistas**  
**Decepcionados**  
**Desilusionados**



**Son los hijos de la generación X  
Nacidos entre 1982 – 2000  
Consumidores de entre 10 y 25 años**

GÉNÉRATION



*Benutzer  
2008*

# Generación



**Tweens (8-12 años)**

**Padres separados**

**Con suerte tienen un hermano**

**Maduros**



# la generación



*“ya son 250.000 los españoles que ven la televisión de forma habitual a través del móvil”.*

*La sociedad de la información en España 2008*  
*FUNDACIÓN TELEFÓNICA*



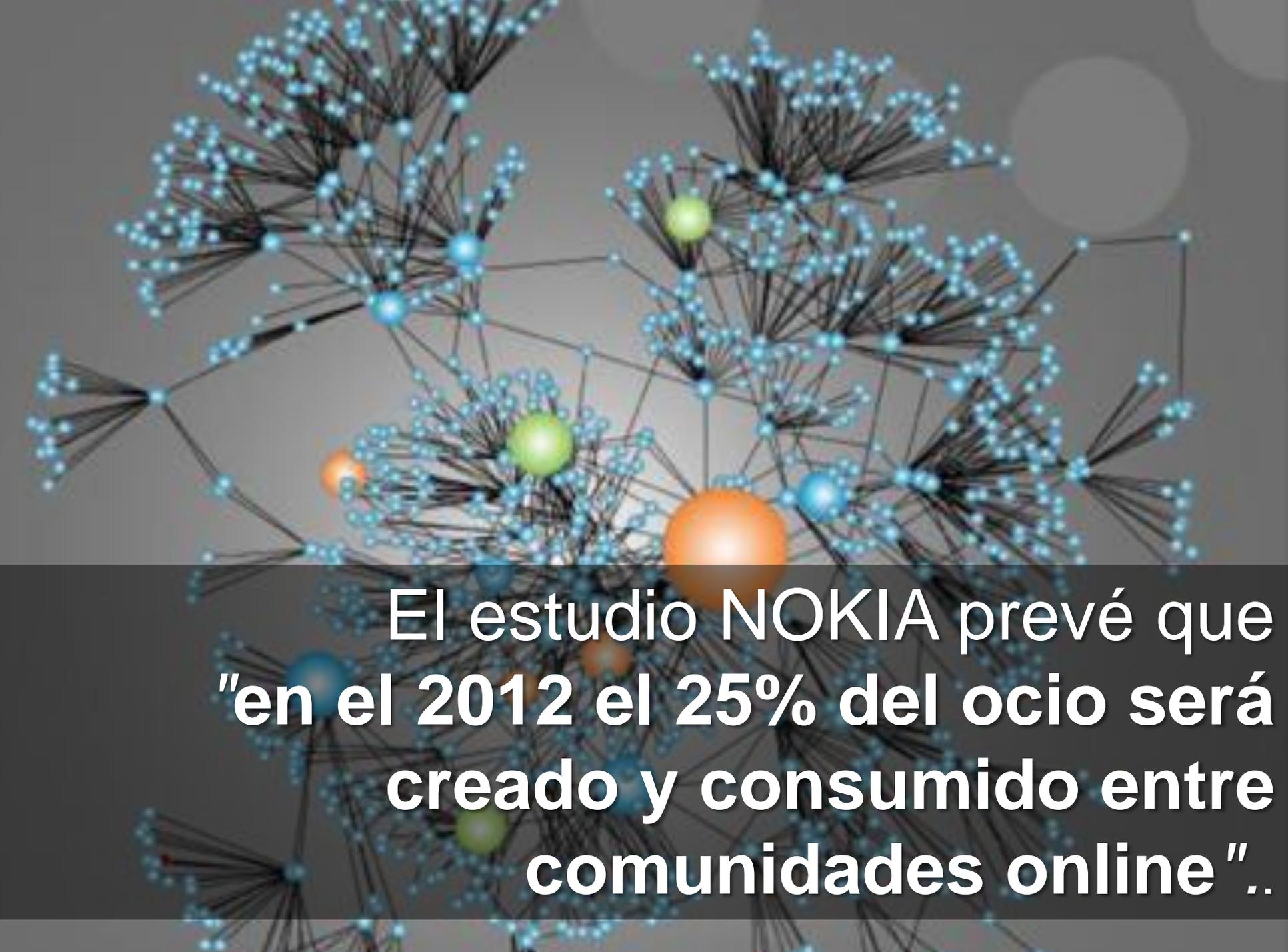
Rodeados de tecnología  
Oferta infinita de ocio digital  
Nuevos Medios especializados  
Se agrupan por afinidades  
Grupos globales  
Buscan interactividad



# Componentes de las estrategias de impacto

1

**Marketing  
colaborativo  
(pero no con  
cualquiera)**



**El estudio NOKIA prevé que  
"en el 2012 el 25% del ocio será  
creado y consumido entre  
comunidades online" ..**



# Have fun out there. Jeep

## The Jeep. Community

The Jeep® brand "social network" actually started a long, long time ago—grassroots-style. Now we're bringing it all together, online. Let's see what ya got.



Community



News



Events



Action Sports



Legacy

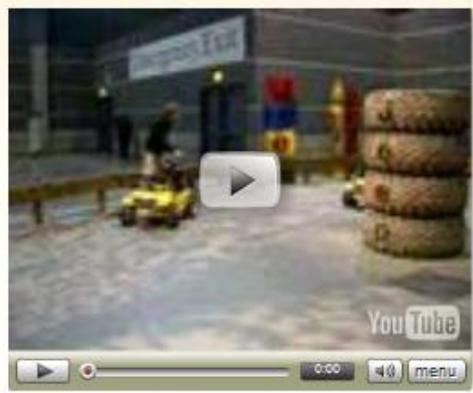


Swag & Games



Calendar

### The Jeep. Channel Recent Videos

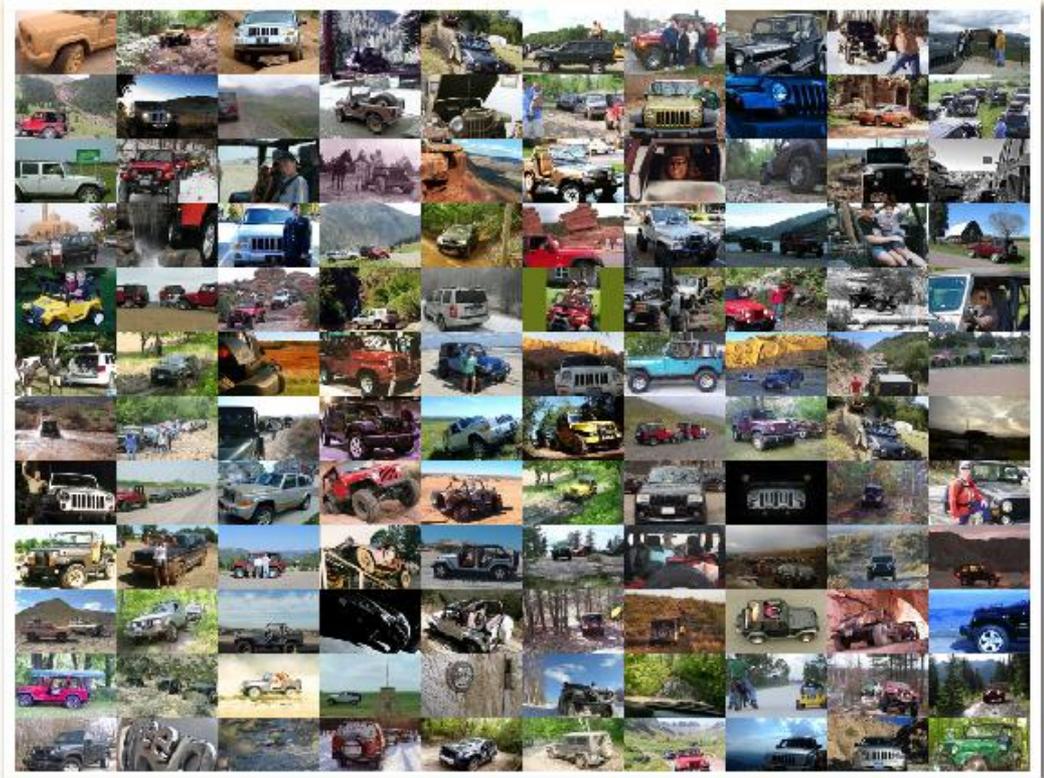


**JEEPS FOR KIDS**  
LENGTH: 28 VIEWS: 1061



[See All Videos](#) →

### The Jeep. Photo Feed



[See All Photos](#) →

**¿qué papel juega el  
consumidor en nuestras  
estrategias de marca?**

**El consumidor y su comportamiento condicionan totalmente la evolución de nuestra imagen de marca.**

2

# Reputación de marca online

**2 de cada 3 usuarios  
de redes sociales  
afirman recomendar  
marcas a terceros.**

**Fuente: Zed Digital**

Inicio

Categorías

Ranking

Comparar

Busca

Categorías > Teléfonos Móviles > Apple iPhone 3G



## Apple iPhone 3G

Teléfonos Móviles - Apple

852378 visitas

de \$199 hasta \$698 → [ver precios](#)



★★★★★ Excelente

61% favorables de

16.121 opiniones valoradas

iPhone redefines what you can do on a mobile phone. Tap a number to make a call. Listen to voicemail in any order with Visual Voicemail. 3G gives you fast access to the Internet and email over your cellular network. And 3G makes it easier to multitask: When connected via 3G, you ...

→ [ver especificaciones](#)



Fotos Videos



+ Añadir a mis favoritos

Noticias Relacionadas

### Índice Swotti



Ranking - Teléfonos Móviles 38 · Apple 2

Usabilidad	★★★★★
Diseño	★★★★★
Tamaño	★★★★☆
Velocidad	★★★☆☆
Pantalla	★★★☆☆
Batería	★★★☆☆
Sonido	★★★☆☆
Altavoz	★★★☆☆
Cámara	★★★☆☆
Teclado	★★★☆☆
Peso	★★★☆☆
Calidad de Recepción	★★★☆☆
Problemas	★★★☆☆

Nube de atributos

Buzz Metrics

### \*Consigue Tu iPhone 3G\*

La Revolución En Móviles Ha Llegado iPhone 3G 80 GB Sólo 39€

[iPhone.es.Ask.com](http://iPhone.es.Ask.com)

#### iPhone 3G canje de puntos

Movistar te da 25.000 puntos extra para canjear por un iPhone 3G.

[www.movistar.es](http://www.movistar.es)

#### Sácale partido al iPhone

Cómo utilizar tu iPhone, ahorrar batería, configurar el correo, ...

[www.practicopedia.com](http://www.practicopedia.com)

#### Gadgets-Tech

All the latest items from Cell phones, L.C.D t.v's and more

[www.gadgets-tech.com/](http://www.gadgets-tech.com/)

AV

Anuncios G

### Nube de Tags

Altavoz **Batería** Calidad de Recepción Cámara

**Diseño** Pantalla Peso Problemas

Sonido Tamaño Teclado Usabilidad

Velocidad

Opiniones

Comparación

44.800 opiniones

fueron analizadas para este resultado

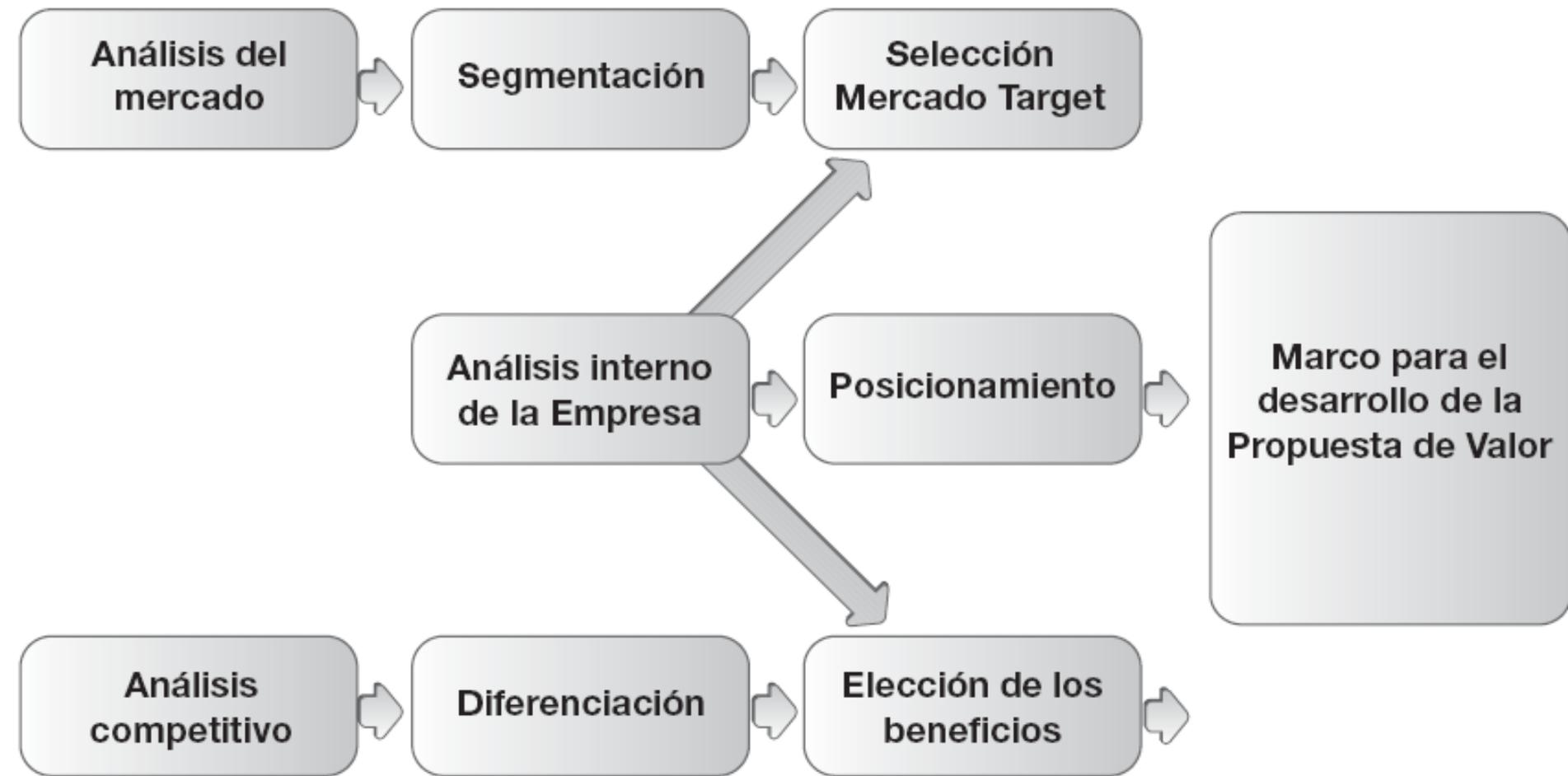
Suscribir una web que habla de este producto

Añadir una opinión sobre este producto



3

**Nadie se dirige a  
todo el mercado**



# Posicionamiento

España retrocede cinco puestos en el ranking de mejores destinos turísticos del mundo.

**Europa press**  
**20 Noviembre 2008**

# Características y atributos susceptible de ser comparados objetivamente

**Son percepciones asociadas  
a los sentimientos que  
genera la marca**

4

**Diferenciarse o ...  
diferenciarse**

# Pasos hacia la diferenciación

**El punto de partida es lo que el mercado conoce de nosotros y de nuestra competencia.**

# **1.- El contexto**

**Debemos ser creíbles.  
Debemos ser capaces de  
demostrar nuestro punto  
de diferencia.**

**2.- Tener las credenciales**

**Atributo relevante,  
distinto y verosímil que te  
hace competitivo.**

**3.- Punto de diferencia**

**No gana el mejor, gana el  
mejor percibido**

**4.- Comunicar la diferencia**  
(de forma simple)

**Evitar ventajas donde otros  
competidores son más creíbles**

**5.- Evitar atributos de otros**

**El especialista bien  
diferenciado  
suele ser el ganador.**

**6.- Enfoque**

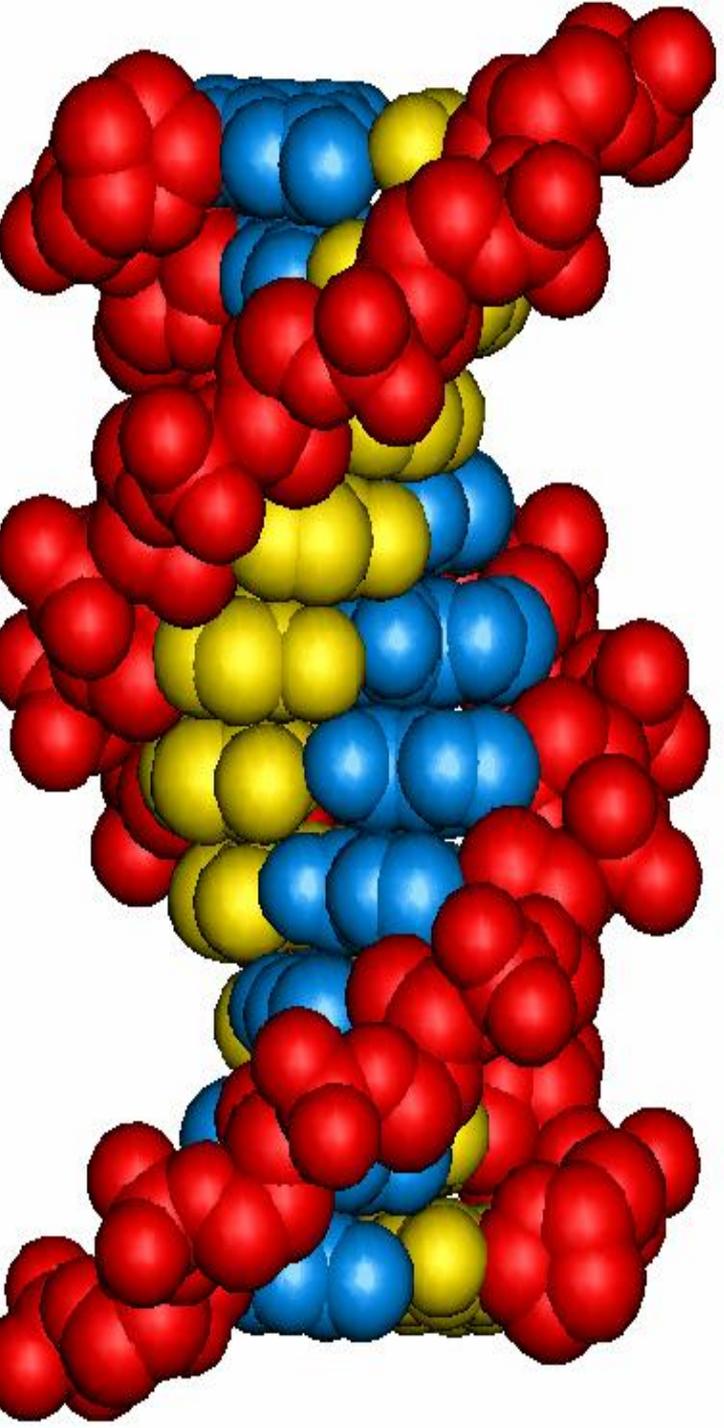
# Para diferenciarse hay que sacrificarse.

- .- producto
- .- atributos
- .- cliente

## 7.- “Sacrificio”

**5**

**Brand  
experience**



Cualquier detalle que  
se pueda percibir o  
cuya ausencia se  
pueda sentir .

LA GRAN MANZANA SE MARCA UN AMBICIOSO OBJETIVO PARA 2015

## Bloomberg quiere que 'I love NY' sea el lema de 50 millones de turistas

Los planes de aniversario de la ONU previstos para 2015, seguramente no se cumplirán. Nueva York tiene sus propios planes para esa fecha quiere atraer a 50 millones de visitantes. Los españoles tienen una invitación especial

**N.Y**  
¿Qué ha dicho que en Nueva York todo está a precio de oro y el coste de las montañas de nieve necesario que ocasiona que las personas no puedan ir al caso

¿Qué es un concepto que los turistas que visitan la zona de Central Park se les da la tarjeta a través de la red?

¿Qué planes existen que la ciudad de los rascacielos es más que Manhattan?

La capital neoyorquina acaba de lanzar su campaña publicitaria más ambiciosa y trascendental para conseguir que los turistas a millones de turistas al año hasta la cifra mágica de 50 millones de turistas y para el objetivo de conmemorar los 100 años de la ciudad mundial por primera vez en su historia. Wall Street o la Quinta Avenida.



El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

El objetivo de Bloomberg y su equipo es renovar la idea de Nueva York y hacerla de esta época.

*Nostalgia por los visitantes anteriores al 11-S*

Estados Unidos podría haber recuperado, e incluso rebasado, los niveles turísticos anteriores al 11 de septiembre si el último ejercicio aunque todavía se trata de estimaciones. En 2011 el número de visitantes fue de algo más de 50 millones y en 2012 cayó ligeramente, hasta los 49 millones.

La economía de este país, Canadá y México. Pero desde que se recuperó el tiempo y los turistas que otros turistas europeos. En realidad, los datos muestran elementos preocupantes: los visitantes de Reino Unido, España, Alemania y Francia han disminuido un 1%. El fortalecimiento de los niveles de seguridad, la falta de una política turística y el crecimiento en la industria son algunos de las razones de este preocupante caída.



6

# Modelo de negocio

# ¿Qué ocurriría si diéramos parte de nuestro presupuesto de marketing a los creadores del producto?





7

# Marketing de precisión

En octubre de 2008 se  
vieron 13.500 millones de  
vídeos on line, lo que  
supone un crecimiento de  
un 45% sobre el mismo  
mes del 2007

**Fuente: ComScore**

# Marketing de precisión



Google™  
AdWords



8

# Creatividad y relevancia



1850

5.99

1.99

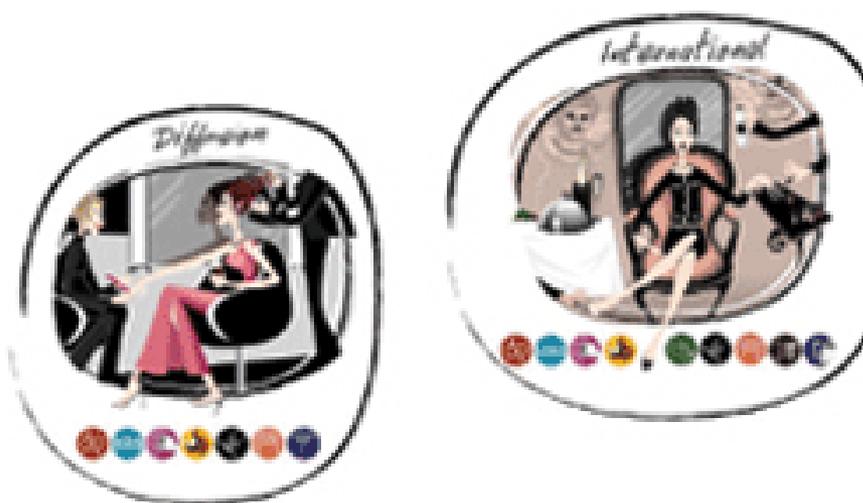
9

# Distribución ad-hoc

**10**

# Retail marketing

# Conceptos para un cliente



LOS SALONES

salons  
Jean Louis David

Diffusion

Tradition

Quick service

Just a cut

International

**Haz de la compra  
toda una  
experiencia de**

**11**

**Fortalece los  
procesos  
comerciales**

**12**

**Haz que hablen  
de ti**

**Muchas gracias!!**

**José Luis Pastor**

**[www.joseluispastor.blogspot.com](http://www.joseluispastor.blogspot.com)**