

---

# **APEC: CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDÍGENAS A TRAVÉS DEL COMERCIO (FASE 3) 2024**

---

**Las 5P del marketing y la  
psicología del marketing**

---



# Las 5P del marketing y la psicología del marketing



El marketing implica todas las actividades que una empresa lleva a cabo para llamar la atención sobre su producto y llegar e influir en sus clientes.

El Marketing Mix o 5 Ps- producto, personas, precio, plaza y promoción, es una plantilla eficaz para ayudar a guiar sus esfuerzos de marketing.

# 1. Producto

- Se trata de asegurarse de que su producto u oferta aborda un problema y de que comprende cómo su producto se destaca de la competencia.
- ¿Cuál es tu propuesta de valor única?
- No se limite a transmitir las características de su producto (por ejemplo, motor de 2,5 litros o bajo en calorías): destaque los beneficios (por ejemplo, la emoción de conducir o perder peso).
- Ten en cuenta el diseño del producto y el envase.
- Es posible que tenga que ajustar su producto, dependiendo del mercado.

## 2. Gente

- Sepa a qué clientes dirigirse, con quién asociarse mejor (por ejemplo, mayoristas frente a distribuidores) y contar con el personal adecuado.
- Para vender o exportar su producto, debe conocer bien a sus clientes objetivo: ¡segmentarlos!
- Segmentar significa centrarse en un grupo o grupo demográfico en particular (por ejemplo, jóvenes profesionales de altos ingresos).
- Investiga sus necesidades, sus gustos y su comportamiento de compra, para que sepas cómo llegar a ellos e influir en ellos.
- Sepa quién podría distribuir mejor su producto y construir su marca.
- También deberá capacitar a su personal, para que se comporten adecuadamente al interactuar con los clientes.

## 3. Precio

- El precio de su producto es crucial.
- Si pones un precio demasiado alto, es posible que nadie vea el valor de tu oferta.
- Si el precio es demasiado bajo, es posible que no pueda recuperar sus costos.
- A la hora de elegir un precio, debes identificar todo el coste, determinar tu objetivo (como ganar cuota de mercado o establecer una posición), determinar lo que el mercado estaría dispuesto a pagar y tener en cuenta a tus competidores.
- Hay varias estrategias que se podrían aplicar, como la fijación de precios basada en el valor, la desnatada, la dinámica o la de penetración.

## 4. Lugar

- Considere dónde vende (por ejemplo, tienda física o en línea) y dónde lleva a cabo el resto de sus operaciones o cadena de suministro (por ejemplo, suministros de origen o almacenamiento) para asegurarse de que cumplan con las expectativas de sus clientes.
- Ya sea física o virtualmente (a través del comercio electrónico), asegúrese de que el aspecto de su tienda refleje su marca, que sea accesible, que brinde toda la información necesaria, que las transacciones o pagos sean fáciles y que tenga un proceso de devolución favorable para los clientes.

## 5. Promoción

- Esto se relaciona con las actividades que se realizan para promocionar su producto o servicio.
- Incluye promoción de ventas, marketing digital, publicidad, ferias internacionales, marketing directo, publicidad, patrocinio, redes sociales y optimización de motores de búsqueda.
- Como las actividades de promoción pueden ser costosas, es importante que investigues sobre tu audiencia y sobre el canal adecuado para llegar a ellos.
- Hoy en día, el marketing a través de las redes sociales es imprescindible, ya que amplía su alcance y puede ser especialmente específico, pero puede ser complejo.
- Además, recuerde que sus mensajes deben coincidir con su marca.





# Comprender la psicología para un mejor marketing

# Heurística de disponibilidad

## Contexto de la psicología:

- Es un proceso reactivo de evaluación de un problema o evento, basado en información relacionada que una persona puede recordar inmediatamente a la mente.

## Aplicación de marketing:

- Difunde tu mensaje, transmítelo de forma adecuada, frecuente y utiliza los canales adecuados.

# Prueba social

## Contexto de la psicología:

- Hay una variedad de estudios de psicología que se relacionan con la prueba social.
- El estudio de Ash encontró que incluso si sabemos que la posición o decisión de un grupo es incorrecta, la aceptamos para ser parte del grupo.
- El experimento de Stanley Milgram demostró que las personas están condicionadas a obedecer a la autoridad.

## Aplicación de marketing:

- Haz que tu mensaje sea transmitido por una autoridad.
- Crea una condición por la cual tus clientes sientan que son parte de algo más grande o que pertenecen a un grupo.

# Disonancia cognitiva

## Contexto de la psicología:

- Para estar preparados para mentir o contradecir lo que creen, tiene que haber suficientes incentivos.

## Aplicación de marketing:

- Más conocida como la 'técnica del pie en la puerta'. Haz que tu cliente haga algo por ti que sea relativamente pequeño y luego pídele que haga algo más grande.

# Urgencia

## Contexto de la psicología:

- Se han realizado muchos estudios sobre la urgencia. Es probable que las personas actúen cuando hay un sentido de urgencia, incluso si se crea artificialmente.
- Relacionados con la urgencia están los problemas de escasez y aversión a la pérdida. La escasez tiene una variedad de definiciones, pero para fines de marketing es la disponibilidad de productos.

## Aplicación de marketing:

- Cree una situación en la que sea probable que el producto sea limitado.
- Proporcionar a los clientes la sensación de que su decisión no tendrá un inconveniente o riesgo (por ejemplo, tener una política de devoluciones favorable).



# Questions (Preguntas)