



SÁBADO, 28 DE AGOSTO DE 2021



FINANZAS ECONOMÍA EMPRESAS OCIO GLOBOECONOMÍA AGRONEGOCIOS ANÁLISIS ASUNTOS LEGALES CAJA FUERTE INDICADORES INSIDE

ACTUALIDAD DATACRÉDITO EXPERIAN BANCO DE LA REPÚBLICA AHORRO STARTUPS VIRGIN GALACTIC ÉXITO DAFITI BARRANQUILLA



ANALISTAS | 28/08/2021

Necesidades de mercadeo

Carlos Fernando Villa Gómez
Consultor de Mercadeo

MÁS COLUMNAS DE ESTE AUTOR

f t in GUARDAR



Agregue a sus temas de interés

- Marketing +
- Mercadeo +
- Comercio +



Agregue a sus temas de interés

- Marketing +
- Mercadeo +
- Comercio +

Administre sistemas



Agregue a sus temas de interés

- Marketing +
- Mercadeo +
- Comercio +

Administre sistemas



- Marketing +
- Mercadeo +
- Comercio +

La larga pandemia ha hecho que las necesidades de los mercadólogos y de mercadeo en las organizaciones sean cada día más, y hasta cierto punto complejas, si las comparamos con las que podrían llamarse tradicionales, además de la manera como muchas directivas consideran el marketing. Los análisis dejan ver claramente que existen campos de acción para los cuales la gente de mercadeo requiere mayor habilidad y preparación, dadas las circunstancias que hoy vivimos, realidad que ha llevado a que las críticas para quienes orientan lo que se hace con el fin de generar y mantener los mercados sean cada vez más fuertes, habiéndose llegado incluso a reducir y hasta suprimir áreas de mercadeo.

Cobra vigencia una vez más el famoso artículo de Theodore Levitt sobre la Miopía del Marketing, y se abren las puertas para el mercadeo interno, como ha quedado demostrado durante este pandémico período. Desde hace varios años se ha insistido en que los mercadólogos deben reunir características y estar enmarcados dentro de perfiles claros, y se ha enfatizado en el hecho de que mercadeo y ventas no son sinónimos, lo que llevó a Peter Drucker a afirmar que hasta eran antagónicos en muchos casos. Las necesidades se pueden considerar desde varios ángulos, positivos y negativos, según se prefiera.

Los análisis de los ambientes, en especial los que hacen referencia a la efectividad de lo que se hace y al comportamiento de los mercados es palpable, pues se aprecian grandes deficiencias en este campo, siendo entonces una necesidad latente la preparación para ello, es decir, para saber analizar resultados contra expectativas de efectividad, en especial financieras y retornos de inversión (ROI), como también lo que esperan los mercados y el comportamiento del consumidor. Un alto porcentaje de las administraciones considera que las habilidades de análisis de la gente de mercadeo no son adecuadas ni aptas para lo que se necesita y espera en circunstancias como las que estamos viviendo.

La confusión generada por los contenidos de los mensajes y los medios seleccionados, dejando ver claramente la poca profundidad de análisis son errores muy comunes, debido quizá a la inmediatez y lo que hace la competencia, están haciendo que se cometan errores graves en los procesos de segmentación de los mercados, selección de medios y agencias, y, claro está, del personal encargado de ello en las organizaciones. La necesidad de personas de marketing que sepan elaborar mensajes y seleccionar medios que sean verdaderamente efectivos es muy notoria,

Otra realidad que aparece como una de las necesidades mayores de mercadeo y su gente es la que hace referencia a la innovación, lo que hace que exista un campo de oportunidades para ser exitosos; y no es solamente referente a lo que se ofrece sino también, y con fuerza, a procesos que se dan dentro de la logística del mercadeo. La novedad en los canales de distribución, en las actividades promocionales, en el manejo de la estimulación sensorial y la forma como se adelantan las labores de atracción, formación, mantenimiento y fidelización de clientes, las relaciones con el medio y los proveedores, etc., son algunos de los campos en los cuales es imperativo cambiar e innovar.

Y de cuidado, la falta de integración entre marketing y las demás áreas, al igual que mercadeo interno, son tan importantes como urgentes. ¡Para pensar seriamente!

NOTICIAS DE SU INTERÉS

ANALISTAS

Póngase la 10



■ Andrés Otero Leongómez

AUTOMOTOR

Mercedes-Benz presentó su primer chasis de bus eléctrico fabricado en América Latina



INDUSTRIA

Exportación de fajas crecen 146% y Ann Chery, Fajitex y Fajas María E suben en ventas



BANCOS

Cibc, Itaú, National Australia Bank y el Grupo NatWest lanzan desafío de Open Finance



DEPORTE

Colombia sumó medalla de oro, plata y bronce en los juegos paralímpicos Tokio 2020



TECNOLOGÍA

Inversiones globales en fintech sumaron US\$219.500 millones durante la pandemia



TENDENCIAS

1 BANCOS

Aprenda a ahorrar 35% de su salario y controlar sus gastos con el método 'kakebo'

2 GASTRONOMÍA

Los whiskies que lideran como los mejores del mundo en 2021 en distintas categorías

3 INTERNET

Lo que debe saber sobre la nueva manera de hacer llamadas a partir de septiembre

4 BOLSAS

Mensaje de Jerome Powell sobre reducir el apoyo masivo de la Fed debilitó el dólar

5 HACIENDA

Al terminar su administración, Iván Duque habrá nombrado a cinco codirectores

6 TECNOLOGÍA

"En cinco años hemos apoyado a más de 200 startups e invertido en 40 en el país"

MÁS DE ANALISTAS

ANALISTAS | 27/08/2021

Centro Poblados y Torcidos II



■ Jorge Hernán Peláez

ANALISTAS | 25/08/2021

Educación, una tarea pendiente



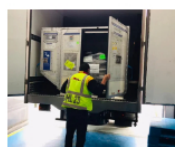
■ Willy V. Mayenberger

ANALISTAS | 27/08/2021

Perder por conocer, no es perder



■ Javier Arenas Romero



SALUD

El Gobierno español anunció donación de 957.000 dosis de AstraZeneca a Colombia



TECNOLOGÍA

Taiwan Semiconductor, el fabricante de chips más grande del mundo subiría precios



BOLSAS

Mensaje de Jerome Powell sobre reducir el apoyo masivo de la Fed debilitó el dólar



BUFETES

Estos son los bufetes del país que destacan en la lista de Chambers & Partners 2022



DEPORTES

Así quedaron definidos los equipos en la fase de grupos de la próxima Champions



INTERNET

Lo que debe saber sobre la nueva manera de hacer llamadas a partir de septiembre



© 2021, Editorial La República S.A.S. Todos los derechos reservados.
Cr. 13a 37-32, Bogotá
(+57) 1 4227600

SUSCRÍBASE

TODAS LAS SECCIONES

Agronegocios
Asuntos Legales

Consumo
Especiales

Finanzas
Personales

Infraestructura
Obituarios

Responsabilidad
Social

Videos

Alta Gerencia
Caja Fuerte

Economía
Eventos
Globoeconomía

Inside

Ocio
Salud Ejecutiva

Análisis
Comunidad

Empresarial
Empresas

Finanzas
Indicadores

Internet Economy

Podcast
Sociales

MANTÉNGASE CONECTADO

Contáctenos

Aviso de privacidad

Términos y Condiciones

Política de Tratamiento de Información

Política de Cookies

Superintendencia de Industria y Comercio



PORTALES ALIADOS:

asuntoslegales.com.co agronegocios.co firmasdeabogados.com bolsaencolombia.com colombiapotenciaenergetica.com
canalrcn.com rcnradio.com

Organización Ardila Lülle -
oal.com.co