

TEMA 7:

MARKETING INDUSTRIAL

**7.1. Estudios de
mercado**

7.2. Marketing-Mix



7.1. Estudios de Mercado





7.1. Estudios de Mercado

PRODUCTO	
BIENES	SERVICIOS
BIENES DE CONSUMO: • <i>Bienes de conveniencia</i> • <i>Bienes de compra esporádica</i> • <i>Bienes de especialidad</i> BIENES INDUSTRIALES	



7.1. Estudios de Mercado

MERCADOS	
MERCADO DE CONSUMO	MERCADO INDUSTRIAL
<i>Dirigido al consumidor final</i>	<i>Formado por empresas que adquieren productos para operar o para ser utilizados como materia prima</i>



7.1. Estudios de Mercado

MERCADO INDUSTRIAL vs MERCADO DE CONSUMO

- La demanda es inelástica, es decir, no se ve muy afectada por los cambios en los precios
- La compra es directa, sin intermediarios
- La presencia del *leasing* es frecuente
- La compra es más profesional
- Las fluctuaciones en la demanda pueden ser grandes ante pequeños cambios en la demanda de consumo
- La relación proveedor-cliente es más próxima

...

...



7.1. Estudios de Mercado

SEGMENTACIÓN	
SEGMENTO	NICHO DE MERCADO
La SEGMENTACIÓN consiste en dividir el mercado en otros mercados más reducidos (segmentos) con una estrategia diferenciada	
Estrategia INDIFERENCIADA Estrategia CONCENTRADA Estrategia DIFERENCIADA Estrategia A LA MEDIDA	



7.1. Estudios de Mercado

POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



FUENTES DE INFORMACIÓN



7.1. Estudios de Mercado

FUENTES DE INFORMACIÓN	
PRIMARIAS	SECUNDARIAS
CUANTITATIVAS: • <i>Encuestas</i> • <i>Paneles</i>	INTERNAS
CUALITATIVAS: • <i>Entrevista en profundidad</i> • <i>Dinámica de grupo</i>	EXTERNAS



7.2. Marketing-Mix

Las 4 P ' s de Marketing

Product - Producto

Price - Precio

Place - Distribución

Promotion - Comunicación



7.2. Marketing-Mix

PRODUCTO

- **DISEÑO**
- **MARCA**
- **EMPAQUETADO O PACKAGING**
- **MEZCLA DE PRODUCTOS** (gama o cartera, línea, profundidad, surtido)



7.2. Marketing-Mix

PRECIO

- EN FUNCIÓN DE COSTES
- EN FUNCIÓN DE LA COMPETENCIA
- EN FUNCIÓN DE LA DEMANDA

ESTRATEGIAS DE PRECIOS

ESTRATEGIAS DE PRECIOS DE NUEVOS PRODUCTOS

ESTRATEGIA DE PRECIOS PARA PRODUCTOS RELACIONADOS

OTRAS ESTRATEGIAS PARA AJUSTAR PRECIOS



7.2. Marketing-Mix

COMUNICACIÓN

- FUERZA DE VENTAS
- PROMOCIÓN
- MARKETING DIRECTO
- RELACIONES PÚBLICAS
- PUBLICIDAD



7.2. Marketing-Mix

DISTRIBUCIÓN

- EXCLUSIVA
- SELECTIVA
- INTENSIVA