

## Mercadeo: El cómo y el porqué

### **Félix Miranda Quesada**

El mercadeo o marketing, es un campo que, desde el punto de vista teórico y académico está en su más grande apogeo. Se nos habla de marketing, marketing por internet, marketing con artículos, marketing con blogs, etc.

Todo eso es importante como conocimiento. Sin embargo; en ocasiones se observa como se enseña, y se cuida mucho el 'cómo' hacer marketing, descuidando su verdadera esencia, el 'porqué'.

El saber y comprender el 'porqué' de las cosas, nos ayuda a interesarnos en el 'cómo' y eso nos impulsa a trabajar con empeño en el aprendizaje de los diferentes campos del saber.

En el caso del **marketing**, mucho se nos dice y decimos a diario sobre el cómo y, aunque el 'porqué' podría presumirse conocido, en ocasiones puede no ser así. Podríamos estar pasando por alto la verdadera razón de ser del marketing y darle importancia al 'cómo', solo de manera temporal y como práctica academicista.

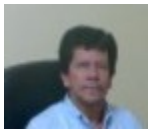
En este artículo quiero recapitular sobre la importancia del **marketing**, tanto si los conceptos nos son ya conocidos como si no lo son.

Si estamos vendiendo (o incluso, regalando) algo y nadie sabe acerca lo que ofrecemos, es como no tener nada que vender o regalar. El **marketing**, comprende todas las actividades, técnicas, propuestas, actitudes y aptitudes que se llevan a cabo para promocionar un negocio con sus productos o servicios.

Siendo así, el **marketing** es más que un término; es un conjunto de elementos, sin la intervención de los cuales, nunca se tendrá presencia ante el gran público consumidor. Por lo tanto, es el marketing un campo en el que se requiere poner todo el esfuerzo posible, para el éxito personal y de nuestro negocio.

Los elementos que abarca el marketing podrían considerarse como **ciencia y arte**, requiriéndose, entonces, para su aplicación, **conocimiento y creatividad**. Veamos algunos de esos principios que debemos conocer y aplicar para una labor exitosa de marketing, que recompense los esfuerzos puestos en la actividad.

**1.- Identificar a quien se quiere llegar.** Cuando se 'hace' *marketing*, desde el punto de vista teórico, se habla de campañas de marketing o mercadeo. En este contexto, estas campañas deben estar enfocadas a un nicho de mercado específico. ¿Está dirigida a jóvenes o adultos? ¿Se debería dirigir al grupo femenino, al masculino, o a ambos? Esto es lo que se conoce como *segmentación del mercado*. En esencia, la segmentación del mercado consiste en dividir un



## Mercadeo: El cómo y el porqué

[Félix Miranda Quesada](#)

mercado en grupos iguales o semejantes, más pequeños y cuyas características, gustos y necesidades sean similares. No es algo antojadizo que se deba hacer al azar, sino que está en función de una labor de identificación objetiva del mercado y su composición.

La falta de identificación y reconocimiento de dichos segmentos de mercado antes del lanzamiento de la campaña de marketing, podría ser causa de no volver a tener una oportunidad de llegar al mercado meta donde colocar nuestros productos.

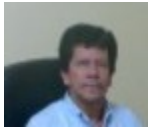
**2.- Conocer, de la mejor manera, las necesidades de los clientes.** Cuando hemos seleccionado adecuadamente el mercado meta, debidamente segmentado, es importante conocer bien cuales son las necesidades y gustos de los clientes potenciales que atenderemos. Por ejemplo, porqué y para qué comprarán nuestro producto. En función de este conocimiento será más apropiado iniciar el proceso de acercamiento a ellos para venderles.

**3.- Conocer, de la mejor forma, nuestra empresa y producto.** Uno de los elementos que fortalecen la labor de mercadeo es, la pasión que se tenga por el negocio que se posee. La pasión que pongamos en nuestro negocio y producto, contagiará a los potenciales clientes, sin necesidad de exagerar ni mentir sobre ellos. La sencillez y el entusiasmo naturales son efectivos, cuando de presentar el producto o negocio se trata.

**4.- Aprender a manejar los rechazos.** Debemos saber que los métodos o estrategias de venta que utilicemos no son verdades grabadas en piedra, por lo tanto, algunos funcionan y otros no. No debemos sentirnos afectados por la negativa de las personas. Un “no”, bien manejado por parte del vendedor, podría convertirse en un “sí”. Sin profundizar sobre el tema, ¿Qué te parece algo como: *tiene usted razón, pero.....?*

**5.- Romper paradigmas.** Continuamente hago énfasis en “ser diferente” o, como lo digo en otro artículo “[sé tu mismo](#)”. En los últimos días he venido observando como, algunos de nosotros, los emprendedores, estamos utilizando el método del “Copy-Paste” (copiar y pegar). Se ‘copia y se pega’ todo aquello que, los que consideramos ‘gurús’ dicen que es bueno. Debes diferenciar tu negocio de los demás, sobre todo de los que están en tu mismo nicho de mercado. Nuestro negocio no es una sucursal de otros, es nuestro negocio. Define tu estilo, tu forma de ser, de actuar, de hablar y, hasta de escribir. Por eso hacer negocios es arte y tú y yo somos los artistas, entre muchos otros.

Se debe crear “una marca” o, yendo más allá, como se maneja en la administración de empresas, debemos crear una *imagen corporativa*. ¿Qué es imagen corporativa? En términos sencillos es, ‘como se percibe una empresa o un negocio’. Debemos, entonces, preguntarnos ¿Cómo perciben las personas nuestro negocio en internet? ¿Hemos creado una marca, una imagen de nuestro negocio? ¿O es una copia de otros y utilizamos los mismos métodos de otros, que se presumen ‘gurús’? Recuerda, sé tú mismo.



## Mercadeo: El cómo y el porqué

[Félix Miranda Quesada](#)

Crear una *imagen corporativa*, puede significar *romper paradigmas*, principalmente si se considera el principio paradigmático que reza: “*Cuando un paradigma cambia, todo cambia*”.

Por lo tanto, ser diferente, romper paradigmas y hacer las cosas de diferente manera a como las hace la competencia, podría tener diversas reacciones por parte del público. Debemos aprender a manejarlas.

Es claro que, si se quiere crear una imagen corporativa, hacer las cosas de manera diferente, romper paradigmas y ser diferente a la competencia, se deberá poner todo el empeño para que esta *imagen* sea agradable al público. Para ser prácticos en el enfoque que estamos abordando, son válidas interrogantes como las siguientes: *¿Porqué deben ser mis artículos iguales a los de la competencia?, ¿Porqué mis correos publicitarios y mis cartas de venta no pueden ser diferentes a lo tradicional?*

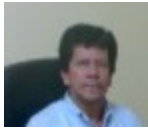
Recuerda que, como pequeño emprendedor de un negocio en internet, no tienes un departamento de relaciones públicas que se encargue de la *imagen corporativa* de tu negocio, por lo tanto, esa es tu tarea, pon el mayor empeño en ella. Una vez que hayas creado una *imagen corporativa*, convence con acciones a tu público que ésta es la mejor. De acuerdo con la teoría administrativa, este público podría ayudarte a reforzar la *imagen corporativa* de tu negocio o empresa.

¿Sabías que hasta las organizaciones criminales crean su propia *imagen* para diferenciarse de la competencia y se sienten orgullosas de ello? Pues, para un negocio o empresa que aporta bienestar social, cultural y económico, a la sociedad, como lo es un emprendimiento en internet, una *buenas imagen corporativa*, acompañada de buenas acciones, buenos servicios y buenos productos, será el factor determinante del éxito del mismo.

**6.- No darse por vencido.** “El fracaso es el insumo o materia prima del éxito”, dicen algunas personas. ¿No hemos visto candidatos a la presidencia que, después de una ardua campaña propagandística han perdido las elecciones y luego han regresado a la arena política, logrando el triunfo?

Si una campaña de mercadeo falló, ese podría ser el principio del éxito de tu propia campaña, saquémosle provecho, pero no nos demos por vencidos. Aprendamos de nuestros errores y de los ajenos.

**7.- Tener siempre en mente “las ventas”.** En los negocios, las ventas son la culminación del proceso en una campaña de mercadeo. Las ventas son el punto donde se repite el flujo de caja, ya que con los ingresos obtenidos se vuelve a incurrir en costos y gastos para generar nuevos



## Mercadeo: El cómo y el porqué

[Félix Miranda Quesada](#)

ingresos. Por lo tanto, en toda campaña de mercadeo, debemos tener siempre en mente **las ventas**.

Teniendo en mente y aplicando estos principios, los esfuerzos realizados en nuestras campañas de marketing pueden llevarnos al logro de los objetivos, aumentar las ventas, generar ingresos, obtener ganancias y finalmente, tener un negocio exitoso.