



Project Management Institute
Capítulo Montevideo

DIRECCIÓN DE PROYECTOS: UN LENGUAJE PARA TODAS LAS DISCIPLINAS

ESTRATEGIAS EXITOSAS DE MARKETING

Utilizando la Metodología de Project
Management



IX TOUR CONO SUR – MONTEVIDEO – 4 y 5 Noviembre 2013

AGENDA

- I. Importancia de las Estrategias en los Negocios
- II. Tendencias Actuales de Mercadotecnia
- III. Desarrollo de planes de Mercadotecnia utilizando la Metodología de Administración de Proyectos
- IV. Casos de Éxito



IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EN LOS NEGOCIOS

Qué es una Estrategia

- Del latín *strategia* y del griego *stratos* (“ejército”) y *agein* (“conductor”, “guía”). **El arte de dirigir las operaciones militares.**
- La estrategia supone dar respuesta a tres cuestiones básicas:
 - **Qué se pretende conseguir - > META**
 - **Cómo - > Medios o Acciones**
 - **Cuándo - > en qué momento se llevarán y el período para realizarlas**



IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EN LOS NEGOCIOS

Grandes Estrategas



- **Sun Tzu** - > China s. V AC
- El Arte de la Guerra
- "La mejor victoria es vencer sin combatir"
- "Y ésa es la distinción entre el hombre prudente y el ignorante"

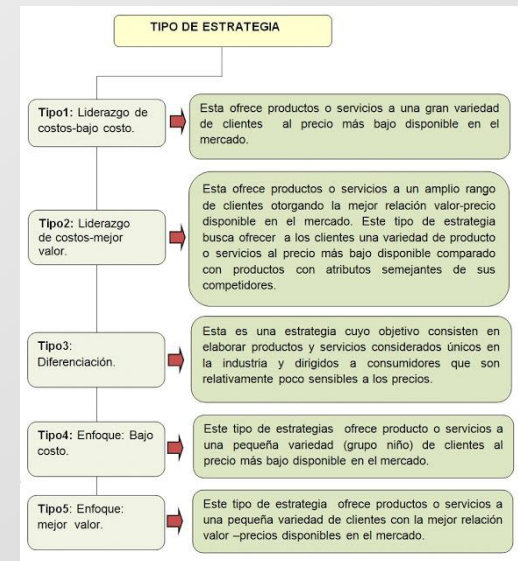
- **Napoleón Bonaparte** -> 1769 – 1821
- Prestar atención al detalle
- A mayor conocimiento, mayor valor y confianza
- Planear cada ataque y cada movimiento



IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EN LOS NEGOCIOS

Estrategia Competitiva

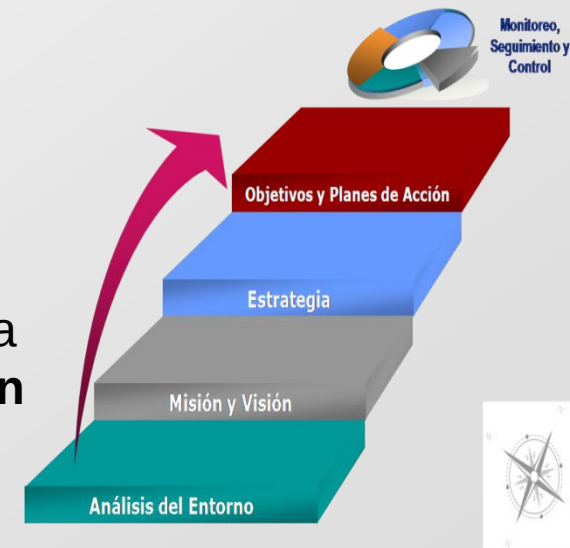
- En 1980, **Michael E. Porter**, Profesor de la Harvard Business School, publicó su libro Competitive Strategy
- “Las **acciones ofensivas o defensivas** de una empresa para crear una **posición defendible dentro de una industria** “



IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EN LOS NEGOCIOS

Planeación Estratégica

- Es la **elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos**, con la intención de **alcanzar objetivos y metas planteadas**.
- **Ventaja competitiva:** obtener con la mayor eficiencia posible una **ventaja sostenible sobre sus competidores**.
- **Identificación de oportunidades y peligros que surgen en el futuro de la industria** para que la empresa **tome mejores decisiones en el presente** (explotar oportunidades y evitar peligros).
- **“Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo”,**
George Steiner.



TENDENCIAS ACTUALES DE MERCADOTECNIA

Las 4 P's y sus Estrategias

- **Para diseñar las estrategias :** analizar al público objetivo. También tener en cuenta a la competencia, la capacidad y la inversión.
- **Producto :** Incluir nuevas características o atributos. Lanzar una nueva línea o ampliar la existente. Crear una nueva marca. Ofrecer servicios adicionales.
- **Precio:** Lanzar un nuevo producto con precios más bajos o más altos que la competencia. Reducir precios actuales.
- **Plaza o distribución:** Nuevos puntos de venta (internet). Puntos de venta exclusivos.
- **Promoción:** Nuevas ofertas (2x1). Regalos. Vales de descuento. Participación en ferias. Degustaciones.



TENDENCIAS ACTUALES DE MERCADOTECNIA

Marketing 3.0

- El marketing 1.0 - > la **era industrial**, cuando sólo consistía en vender lo producido por las fábricas.
- El marketing 2.0 - > la **era de la información**, basada sobre todo en las tecnologías y en la regla de oro de que *el cliente manda*.
- El marketing 3.0 - > inicio de una **era centrada en los valores**. Las empresas tratan de atender las inquietudes de los consumidores sobre cómo **convertir este mundo globalizado en un mundo mejor**.



TENDENCIAS ACTUALES DE MERCADOTECNIA

Social Media Marketing (SMM)



- **Medios Sociales** - > *influencia e interacción* entre pares y con una audiencia pública que es cada vez más *“inteligente y participativa”*.
- **SMM es una parte FUNDAMENTAL** en toda estrategia de **Comunicación y Mercadotecnia Digital**.
- Es para todos, **para conectar** con sus **Comunidades**, grupo de personas asociados por sus *intereses, hábitos y costumbres*, sus mercados.
- *Foros de Internet, Blogs de personalidades, blogs sociales, wikis, podcasts, fotos y video.*



TENDENCIAS ACTUALES DE MERCADOTECNIA

Neuromarketing

- **Disciplina que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas en los campos de acción del marketing tradicional:** inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, *branding*, posicionamiento, *targeting*, canales y ventas.
- Tres partes del cerebro : Cerebro Reptiliano (instinto) , Sistema límbico (emociones) , Córtex (cerebro pensante).



DESARROLLO DE PLANES DE MERCADOTECNIA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA DE ADMINISTRACION DE PROYECTOS

Plan de Mercadotecnia

- **Guía detallada** de las acciones para **atraer prospectos y retener clientes** hacia los **productos y servicios** que estamos ofreciendo, otorgándoles las **herramientas** necesarias **que faciliten su decisión de compra**.
- Debe estar alineado con la **Estrategia de Mercadotecnia**, pues es la aplicación práctica de ésta y mantiene el enfoque en los objetivos empresariales establecidos.
- Dentro de él se deben incluir detalles de la Mezcla de Mercadotecnia (4P's).



DESARROLLO DE PLANES DE MERCADOTECNIA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA DE ADMINISTRACION DE PROYECTOS

Plan de Mercadotecnia

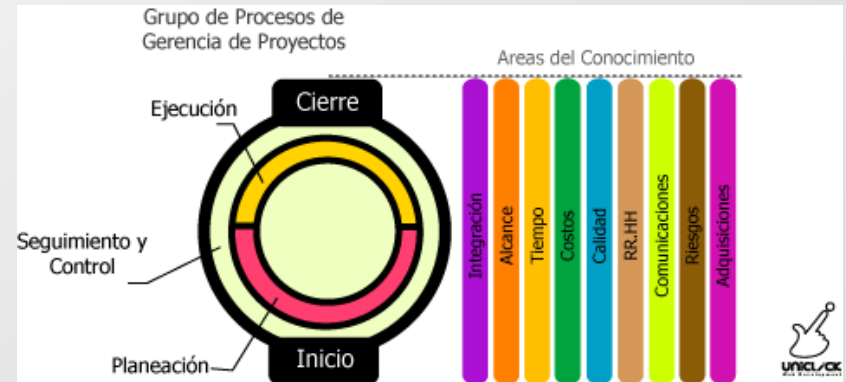
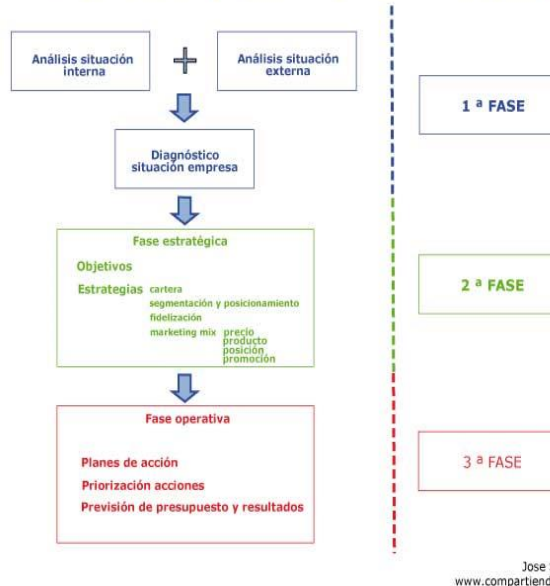
- Es un valioso instrumento que describe aspectos tan importantes como:
 - Los **objetivos** de mercadotecnia que se pretenden lograr
 - **Cómo** se van a alcanzar
 - Los **recursos** que se van a emplear
 - El **cronograma** de las actividades de mercadotecnia que se van a implementar
 - Los métodos de **control y monitoreo** que se van a utilizar para realizar los **ajustes** que sean necesarios.



DESARROLLO DE PLANES DE MERCADOTECNIA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA DE ADMINISTRACION DE PROYECTOS

Plan de Mercadotecnia vs. Grupos de Procesos

Fases del plan de marketing



CASOS DE EXITO

Mezcal Artesanal



- Queremos comenzar a exportar
- Paso no. 1 : Hay que poner orden
- Siguiendo la metodología de Administración de Proyectos:
 - Generación e implementación del Plan de Mercadotecnia Nacional e Internacional
 - Desarrollo del Proyecto de Exportación
- El 5° mezcal introducido a Canadá
- La planeación es la clave del éxito : ¡Salud!



CASOS DE EXITO

Plan de Mercadotecnia (Nacional e Internacional)

- *Identificar Mercado Objetivo y su Segmentación*
- *Análisis de la Competencia*
- *Análisis FODA*
- *Definir Puntos de Venta / Forma de Distribución*
- *Definir Precios*
- *Estrategia de Publicidad y Promoción*

Plan de Exportación (Mezcal)

- *Viabilidad Inicial*
- *Análisis Técnico y Financiero*
- *Negociaciones y Contratos*
- *Logística*
- *Despacho*
- *Seguimiento*
- *Facturación / Cobro*
- *Atención Post-Venta*



CASOS DE EXITO

Todos Queremos Ser Felices

- Tenemos el mejor producto :
Felicidad Garantizada
- “Acudimos con los expertos para posicionarlo y venderlo “
- Siguiendo la metodología de Administración de Proyectos:
 - Generación e Implementación del Plan de Mercadotecnia
- **Clientes Felices ... ¡Para Siempre!**



CASOS DE EXITO

Plan de Marketing (CANEAM)

- Definir Productos y Servicios
Libros, CDs, Videos, Conferencias, Conciertos
- Identificar Mercado Objetivo y su Segmentación
Niños, Adolescentes, Adultos jóvenes y mayores
- Análisis de la Competencia
Otras organizaciones católicas
- Definir Puntos de Venta / Forma de Distribución
Tienda, Internet, Parroquias
- Estrategia de Publicidad y Promoción
Internet, Radio, TV, Espectaculares
- Definir Precios



¡ GRACIAS POR SU ATENCIÓN !

María del Rosario Castañeda
MexWorld Consulting
International Business
maria.castaneda@mexwco.com

