

Fundamentos Del Marketing



CONOCE LOS FUNDAMENTOS DEL MARKETING

En esta guía abarcaremos los temas más relevantes del marketing inmobiliario, La finalidad o el nombre de marketing inmobiliario es simplemente publicidad orientada al mercado inmobiliario y/o Bienes Raíces.

En realidad, Marketing es la publicidad que pones en práctica de acuerdo a tu nicho de mercado, actualmente la industria de la información está orientada en internet, abriendo nuevas posibilidades de las cuales una de ellas es la publicidad.

Anteriormente las grandes empresas eran las únicas que tenían acceso a la publicidad usando las televisoras y así lograr que su publicidad llegara a grandes cantidades de personas.

Con la llegada de la era de la información la cual se manifiesta por el uso de internet y las redes sociales esta puerta se abrió a todo tipo de personas que tenga o quieran empezar un negocio y necesiten la publicidad

Aunque aún tenemos la creencia que los costos de la publicidad son demasiado caros, y si tienes razón, si te enfocas en los medios de comunicación que son manejados por las multinacionales efectivamente son caros. Es tan fácil como googlear costos de publicidad en televisión para darnos cuenta del precio y ¡SI TENDEMOS A PERDER LA MOTIVACION!

Por fortuna tienes acceso a Facebook y a su plataforma business manager desde donde tienes acceso para crear tu propia publicidad.

Claro que para llegar a crear la publicidad necesitaras una serie de consejos que te serán revelados dentro de este libro.

Me gustaría que entendieras que el publicista o marketero es una profesión como cualquier otra, al igual que tu como agente inmobiliario necesitas herramientas y conocimiento para poder entablar un negocio con tus clientes, el publicista necesita conocer el concepto de tus servicios y hacia que tipo de público va orientada tu publicidad.

¡PREPARADO! VAMOS A ELLO.

Índice

1	¿Qué es Marketing?	3
2	¿Cuáles son los objetivos del Marketing?	4
3	¿Qué tipos de marketing existen?	4
4	Marketing directo	4
5	Marketing indirecto	5
6	Marketing social	5
7	Marketing interactivo	5
8	Endomarketing	5
9	Marketing viral	6
10	Marketing digital	6
11	Marketing de contenidos	6
12	Marketing personal	6
13	Marketing de relaciones	6
14	Marketing de producto	7
15	¿Qué hacen los profesionales de marketing?	7
16	¿Cómo hacer una estrategia de Marketing?	8
17	Definir objetivos claros	8
18	Comunicarse de forma constante	8
19	Seguir las buenas prácticas	9
20	Analizar resultados	9

1 ¿Qué es Marketing?

El primer paso para comenzar a comprender qué es marketing es definir el concepto.

En inglés, market significa merca y marketing puede ser traducido como mercadotecnia o mercadeo, lo que es, en últimas, un estudio de las causas, objetivos y resultados que son generados a través de las diferentes formas en cómo lidiamos con el mercado.

«Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.» – Philip Kotler

Según la American Marketing Association, la definición del término es la siguiente: “El Marketing es una actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar y cambiar las ofertas que tengan valor para los consumidores, clientes, asociados y sociedades en general”.

Es decir, el Marketing es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a las determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un determinado público objetivo, los consumidores.

Se engaña quien cree que el Marketing tiene solo como objetivo vender algo.

Este concepto se profundiza en todo lo que envuelve este proceso, sea como la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio.

2 ¿Cuáles son los objetivos del Marketing?

Los objetivos de marketing son:

- vender más;
- fidelizar clientes;
- aumentar la visibilidad de marcas, productos y servicios;
- administrar una marca;
- construir buenas relaciones con los consumidores y asociados;
- educar el mercado;
- enganchar a los colaboradores.

3 ¿Qué tipos de marketing existen?

Ahora que conoces la división que separa todos los tipos de Marketing, conoce algunos de los principales modelos que ya existían y aún son practicados en el mundo.

4 Marketing directo

Usa información precisa del público objetivo como el nombre, teléfono, dirección, intereses, entre otros, se crean mensajes directos para ese consumidor.

Los canales de contactos utilizados son: emails, llamadas, mensajes y correo directo.

5 Marketing indirecto

Una manera más sutil de llegar tu marca o empresa a los momentos en que los consumidores no están esperando.

Normalmente el marketing indirecto utiliza películas, novelas, juegos o cualquier otro momento en que nos deparamos con un anuncio propiamente dicho.

6 Marketing social

Empresas que apoyan y patrocinan grandes eventos culturales como shows, películas y cualquier otra causa social se valen de este tipo de marketing, que genera una imagen positiva de la marca frente a la población.

7 Marketing interactivo

La idea de esta modalidad es permitir que la audiencia participe activamente de la transmisión del mensaje, ofreciéndole resultados diferentes según las interacciones que hagan.

En el ámbito tradicional las acciones de Marketing Interactivo suelen envolver la entrega de premios y compensaciones a los participantes.

Si hablamos del Marketing Online la interactividad se manifiesta de muchas formas, a partir de la creación de páginas web que cambian según los clics que hacen los usuarios.

Algunos tipos de contenidos interactivos son:

calculadoras interactivas;

infografías;

ebooks;

mapas;

cuestionarios;

y otros.

Aquí puedes ver un ejemplo claro de los contenidos interactivos, con la calculadora de CAC (Costo de Adquisición de Clientes) que elaboramos:

8 Endomarketing

Esa es una estrategia de marketing dirigida a acciones internas en las empresas. Eso mismo, en lugar de enfocarse en lo externo, las acciones de endomarketing tienen como objetivo promover y envolver los propios colaboradores de una determinada organización.

9 Marketing viral

Esa modalidad tiene como principal característica tener un bajo costo o presupuesto, pero que genera un alto impacto. Son utilizadas formas no convencionales para ejecutar las actividades de marketing.

10 Marketing digital

Una de las vertientes más actuales del Marketing que tienen como principal canal de actuación, el medio digital.

Para obtener más información sobre el concepto de Marketing Digital, ingresa a este artículo.

11 Marketing de contenidos

Un modelo de marketing que ganó una enorme relevancia en los últimos años. Después de percibir la necesidad e importancia de generar contenidos que sean capaces de educar sus consumidores, las empresas pasaron a adoptar esta táctica de Inbound Marketing.

Marketing de Contenidos es nuestra principal especialidad en Rock Content, así que tenemos mucho que contar del tema. Puedes conocer a la estrategia más a detalle en este material completo. ¡Descárgalo y sigue aprendiendo!

12 Marketing personal

A este tipo de marketing podemos definirlo como el conjunto de estrategias, aplicadas de manera coherente y planeada, que harán que atribuyas un mayor valor a tu imagen personal.

El Marketing personal ganó más fuerza con el surgimiento de LinkedIn, la red social que conecta miles de profesionales en todo el mundo.

13 Marketing de relaciones

El marketing de relaciones no es más que todas las acciones tomadas por la empresa como forma de crear y mantener una relación positiva con sus clientes.

Además de estos tipos que citamos aún existen una infinidad de otros tipos de marketing que surgen todo el tiempo.

El mercado y los consumidores siempre están cambiando y eso es uno de los principales motivos que generan la necesidad de nuevos modelos de marketing.

14 Marketing de producto

El marketing de producto o Product Marketing es un tipo (vertiente o escuela) de Mercadotecnia cuyo enfoque es conectar productos y personas.

Su meta es encontrar los consumidores correctos para un determinado producto y crear una manera de venderlos que sea interesante para estos consumidores.

Para este trabajo, entender el perfil del comprador es indispensable.

¿Vamos a definir las funciones del Marketing de producto en pocas palabras?

desarrollar el posicionamiento del producto;

elaborar el mensaje de la empresa sobre el producto;

Armar el diferencial competitivo del producto, frente a la competencia;

Y alinear los equipos de ventas y marketing.

Como puedes imaginar, el Marketing de producto es esencial cuando un producto nuevo está siendo lanzado en el mercado.

Otra situación en que tu papel es crucial es cuando un producto que ya existe será introducido en un nuevo mercado, en el cual los consumidores aún no lo conocen.

Pero un uso interesante de la mercadotecnia de producto es probar la recepción de un pequeño grupo de consumidores a un nuevo lanzamiento, antes de liberar el producto al público general.

15 ¿Qué hacen los profesionales de marketing?

Para ser un profesional de marketing necesitas, antes que todo, tener una mente analítica.

Las métricas y los números harán parte de tu profesión y es esencial que tengas familiaridad con ellos.

El profesional de marketing es responsable por detectar y evaluar nuevas oportunidades de negocio.

Es su función desarrollar un plan y una estrategia para atraer y encantar al consumidor, propagando el mensaje y el producto de una marca.

Debe siempre medir el impacto y resultados de sus acciones (por eso es tan importante tener una mente analítica), además de ser creativo e innovador para buscar nuevas soluciones para las acciones de tu empresa.

También es papel del profesional de marketing entender a fondo su público objetivo, sabiendo exactamente a quién está vendiendo su lenguaje y las campañas podrán ser adaptadas a ese público.

Es esencial que la curiosidad haga parte de tu perfil. Un buen profesional de marketing siempre está buscando nuevas tendencias mundiales y se mantiene actualizado con el mundo de los medios y de las comunicaciones.

Por eso, el dominio del idioma inglés y otras lenguas extranjeras es tan importante: porque necesita buscar siempre referencias, estudios y nuevas ideas y hacerlo solo en su lengua materna, puede ser extremadamente limitante.

El dominio de las diversas herramientas también es un gran diferencial de un profesional de marketing de calidad.

Entender de SEO, palabras clave, Google Ads, redes sociales y ser un maestro de Google Analytics, hace que ese profesional entienda mejor sus metas y alcanzarlas.

No existe una fórmula perfecta para un profesional de marketing. Lo importante es el enfoque, cuidar las metas, determinación y conocimiento para alcanzar tus objetivos.

16 ¿Cómo hacer una estrategia de Marketing?

Algunos términos se esparcen tan rápido que todo el mundo comienza a usarlos, muchas veces sin realmente entender qué significan.

Entonces, cuando hablamos de tener una estrategia de marketing, ¿qué significa realmente?

La propia idea de trazar una estrategia da la noción de que es necesario planear, pensar bien antes de tomar cualquier medida práctica.

Pero, una estrategia exitosa es más que una preparación anticipada. Implica también una compañía durante la ejecución del proyecto. Esto envuelve:

17 Definir objetivos claros

Como existen muchos objetivos posibles, y varias formas de alcanzar cada uno, elegir lo que pretendes alcanzar con el marketing digital es el primer paso para una estrategia exitosa.

Después de definir claramente lo que se pretende alcanzar, es mucho más fácil concentrarse solo en las acciones que ayudarán a la empresa con eso, y tener noción de cuando tiempo demorará.

Por eso, podemos decir que una estrategia de marketing solo funciona cuando tiene objetivos bien definidos y compartidos por todos en la empresa.

18 Comunicarse de forma constante

Es verdad que ese requisito es importante en cualquier sector de toda una empresa, pero lo que dice al respecto de una estrategia de marketing, es importante reforzar ese aspecto.

Algunos aún caen en el error de pensar que hacer marketing significa trabajar solo con la inspiración y la creatividad, pero no es así.

Existen muchos procesos y estructuras envueltas en ese trabajo, y la buena comunicación garantiza que todos los profesionales hagan lo mejor en cada momento.

19 Seguir las buenas prácticas

Seguir las buenas prácticas de la industria también tiene un papel importante en el éxito de tu estrategia. Pero, ¿qué significa eso?

Especialmente cuando hablamos de marketing digital, todo cambia muy rápido. Entonces, sea cual sea el asunto, desde SEO a Email marketing, es necesario mantenerse actualizado.

Eso incluye leer blogs especializados (¡como este!), invertir en entrenamientos y probar nuevas posibilidades de acuerdo con lo que observas a lo largo de la estrategia.

Hacer esto te ayudará a continuar relevante, aunque se presenten cambios radicales.

20 Analizar resultados

¿Cómo saber si la estrategia está funcionando? La única forma es acompañando y analizando los resultados del trabajo que está siendo hecho.

En el caso del marketing, eso sucede por analizar lo que llamamos métricas y KPIs. Estas métricas son datos relevantes sobre puntos específicos de la planeación.

Por ejemplo: es posible saber cuántos nuevos clientes consiguió la empresa, cuánto lucro trajo, entre otras informaciones.

Después es solo comparar eso con los objetivos de la empresa definidos y ver si el negocio está en el camino correcto o no.