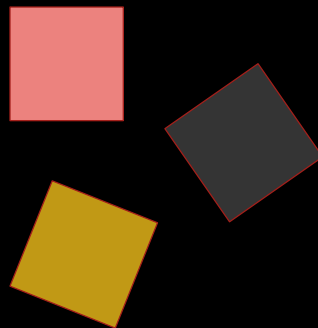




Es imposible NO comunicar, pero eso no implica que sea una tarea sencilla



EJERCICIOS VIVENCIALES



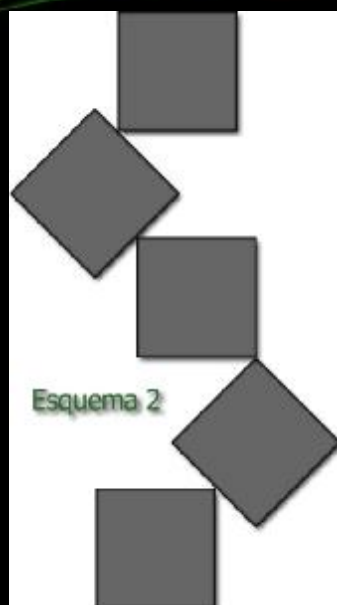
Ejercicio N° 1:

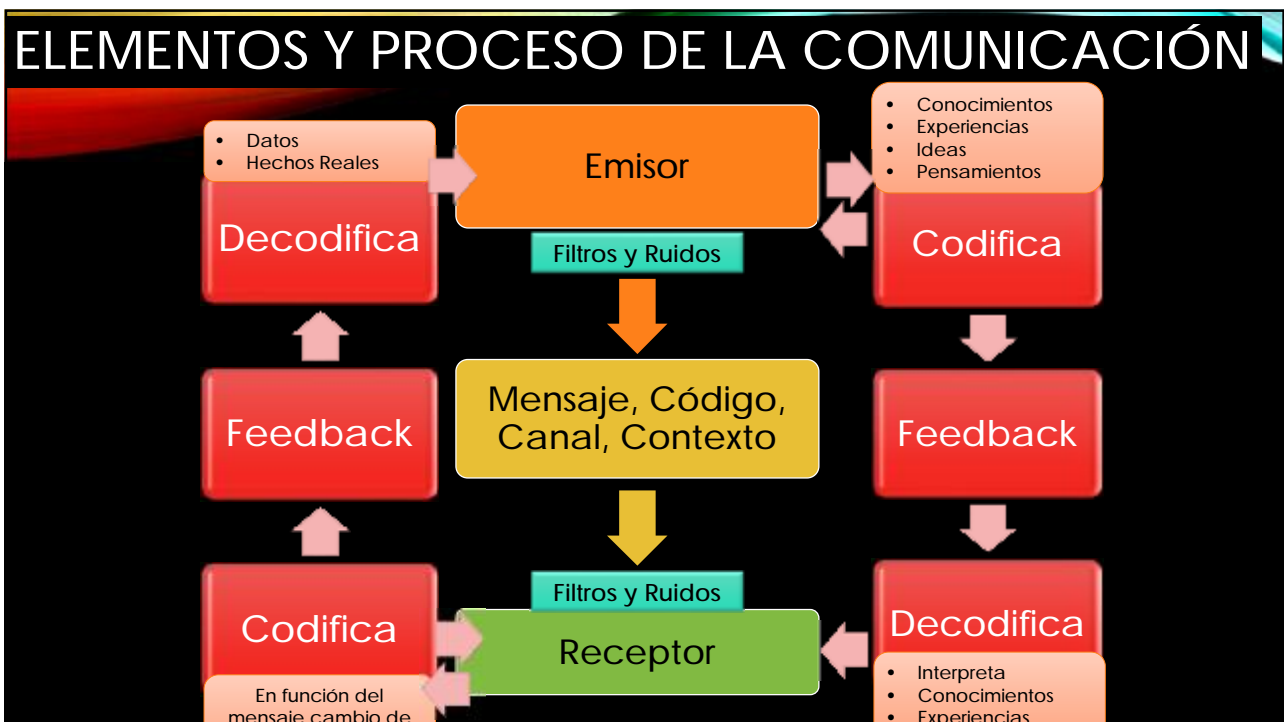
Sin preguntas



Ejercicio N° 2:

Con preguntas





FILTROS DE LOS MODELOS MENTALES

- ✓ Biológicos
- ✓ Histórico sociales
- ✓ Historia personal
- ✓ Lenguaje

MODELO DE TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR

Influencias externas

Esfuerzos de marketing de la empresa
 1. Producto
 2. Promoción
 3. Precio
 4. Canales de distribución

Ambiente sociocultural
 1. Familia
 2. Grupos de referencia
 3. Fuentes no comerciales
 4. Clase social
 5. Cultura y subcultura

Toma de decisiones del consumidor

Reconocimiento de la necesidad
 Búsqueda antes de la compra
 Evaluación de alternativas

Campo psicológico
 1. Motivación
 2. Percepción
 3. Aprendizaje
 4. Personalidad
 5. Actitudes

Experiencia

Comportamiento posterior a la decisión

Compra
 1. Prueba
 2. Compra repetida

Evaluación después de la compra

MBA, Guido L. Curletto.

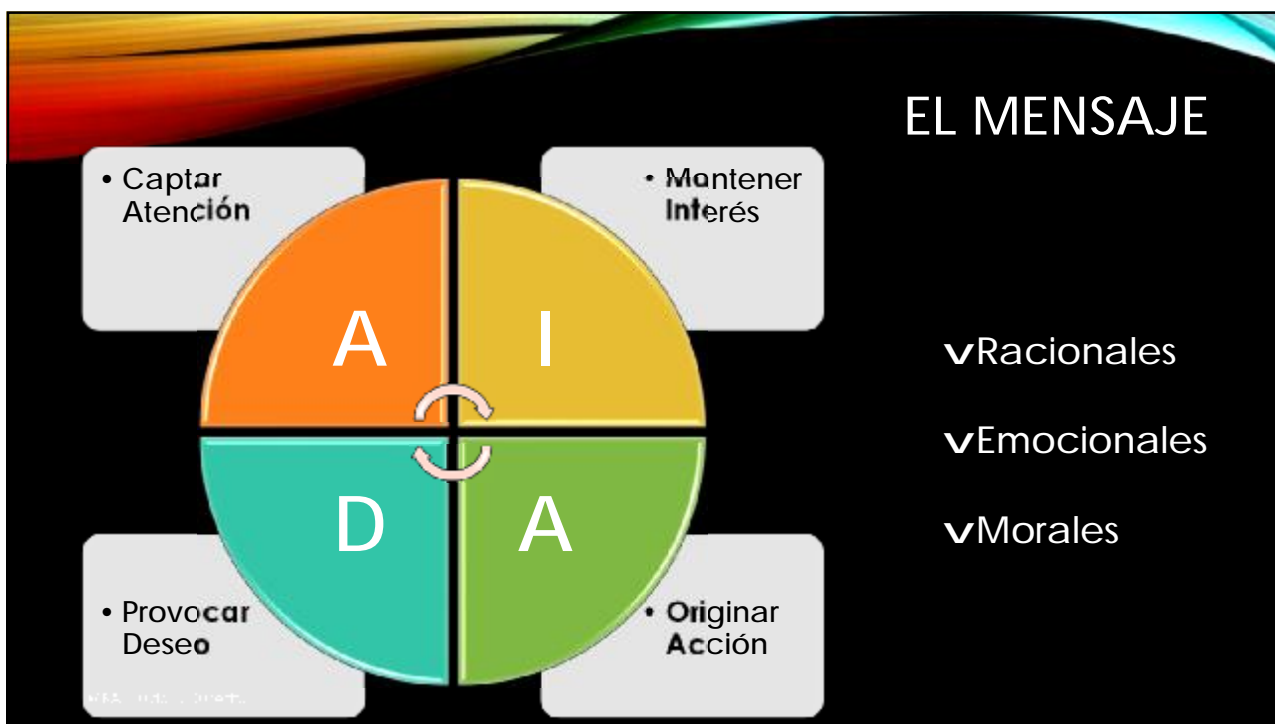
COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING

“Tal vez ninguna otra área del marketing esté cambiando con tanta rapidez y de manera tan profunda como las comunicaciones de marketing”

P. Kotler.









adidas
EMBAJADORES E INFLUENCERS

Estamos buscando a 100 personas que tengan presencia en redes sociales. Recibirán cada mes un paquete de ropa y accesorios exclusivos de Adidas® totalmente GRATIS

REQUISITOS

- tener un mínimo de 200 seguidores.
- Seguir a @adidas_embajadores
- Compartir esta imagen en tu historia y etiquetarnos.

BENEFICIOS

- Paquetes mensuales de ropa y accesorios de Adidas®
- Tarjetas de regalo Adidas®
- Promoción de tus redes sociales a través de @Adidas

wearevelvet

BUSCAMOS INFLUENCERS/EMBAJADORAS

Buscamos 15 chicas que amen la moda y tengan presencia en las redes. A cambio recibirán productos de la marca mensualmente. Tu tarea es usar la ropa y postear las fotos mencionándonos.

@macubasile @wearevelvet

REQUISITOS

- tener un mínimo de 1500 seguidores
- seguir a @wearevelvet y @macubasile_
- subir esta imagen a tu historia y un posteo de una foto tuya que te guste con el hashtag #influencervelvet y ciudad en la que vivis (para hacer la selección más rápida)

LO QUE RECIBIRAS A CAMBIO

- looks variados mensuales hasta diciembre inclusive
- Exposición en nuestras redes (historias y posteos)
- una tarjeta de descuento VIP.

* SE ANUNCIARAN LAS SELECCIONADAS EL 7-9-18

INFLUENCERS

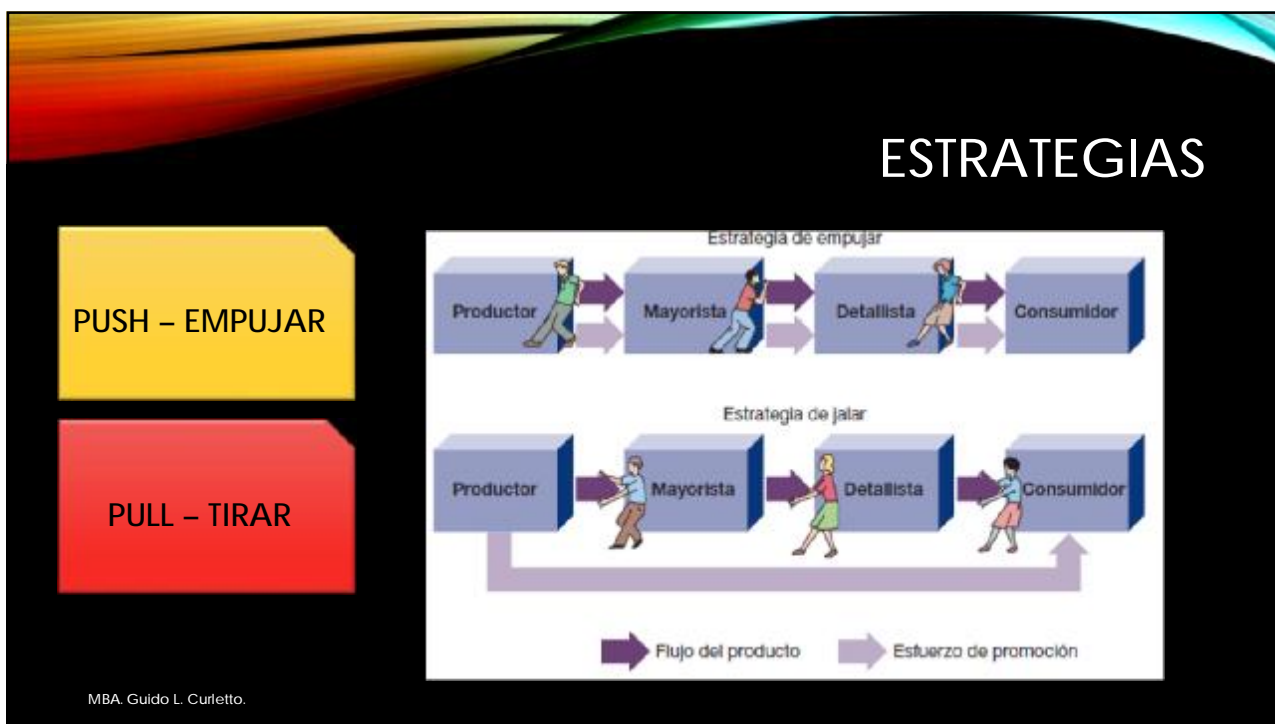
INFLUENCERS

The image shows two screenshots from Instagram. On the left is the profile of 'micaviciconte', a verified account with 2,277 posts, 1.1m followers, and 533 following. The bio identifies her as Micaela Lorena Viciconte, a model and professional. On the right is a post by 'lulifernandezok' featuring a woman in a white top and shorts. The caption lists fashion items and includes a comment from 'day_dsc_25' praising the outfit's elegance.

LA VOZ DE LOS PARES

The image shows a mobile app interface for a survey. The question is 'Hola, ¿qué te gustaría saber sobre este alojamiento?'. Below the question is a 'Enviar' button and a section titled 'Consejos sobre habitaciones' with a tip: '*No elijan ninguna.*' A user named 'José Luis R' is shown with a rating of 5 stars and a 'Leer opinión' link.

MBA, Guido L. Curletto.



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

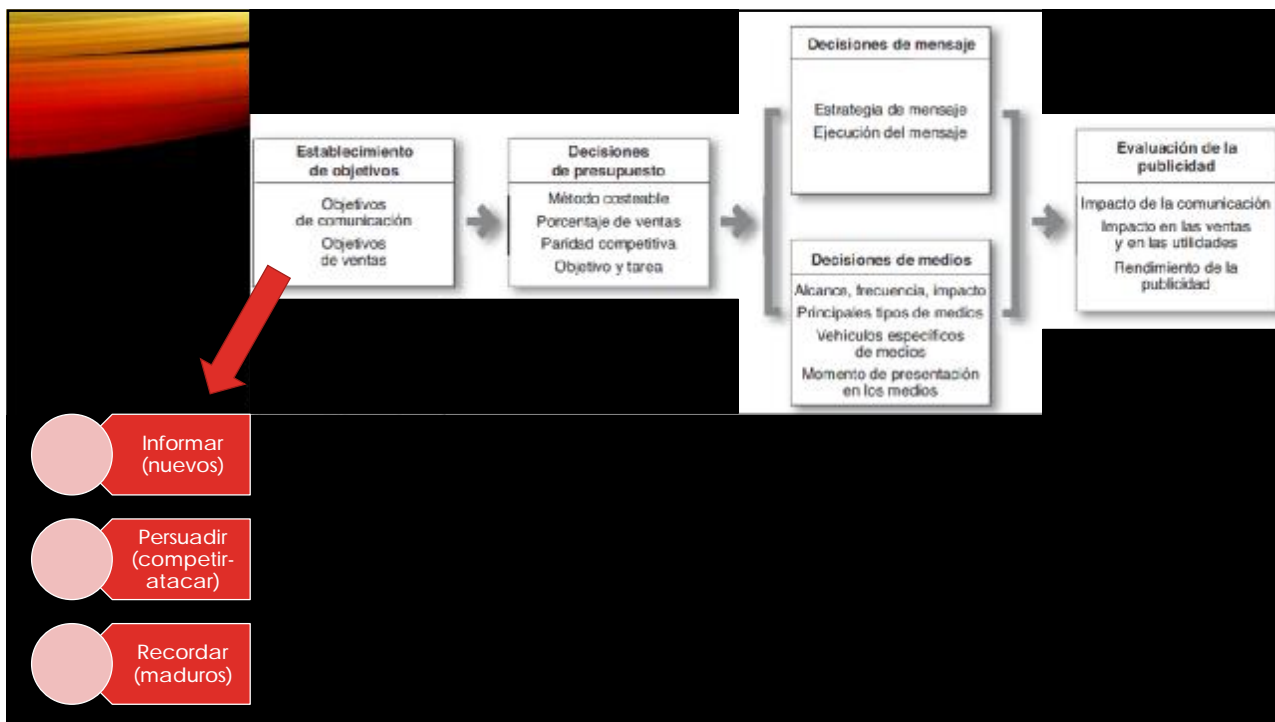


MBA, Guido L. Curletto.



PUBLICIDAD

MBA, Guido L. Curletto.



TIPOS DE PROMOCIONES DE VENTAS SEGÚN EL PÚBLICO

<ul style="list-style-type: none"> Cupones Descuentos Bonos (regalos) Muestras gratuitas Concursos o sorteos Exhibidores en punto de venta Demostraciones del producto Ferias comerciales y exhibiciones Especialidades publicitarias Colocaciones del producto Patrocinio de eventos 	<p>Usuarios comerciales o domésticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ferias comerciales y exhibiciones Exhibidores en punto de venta Artículos gratuitos Subvenciones publicitarias Concursos para los vendedores Capacitación de los vendedores del intermediario Demostraciones del producto Especialidades publicitarias 	<p>Intermediarios y sus vendedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> Concursos de ventas/incentivos Modelo de demostración del producto Muestras del producto 	<p>Vendedores del productor</p>
--	---	---	---	--	--



RELACIONES PÚBLICAS

MBA, Guido L. Curletto.

PUBLICIDAD NO PAGADA

La publicidad no pagada es toda comunicación acerca de una organización, sus productos o políticas a través de los medios sin que ésta la costee.

Por ej:

- q NOTICIAS
- q DISCURSOS
- q EVENTOS

Marketing de Contenidos

A diagram with a large red curly bracket on the right side. The top part of the bracket is connected to the text 'Marketing de Contenidos' in a red rounded rectangle. The bottom part of the bracket is connected to the text 'PUBLICIDAD NO PAGADA' at the top right of the slide.

MARKETING DE CONTENIDOS

A photograph of a white Mercedes-Benz truck with religious-themed graphics. The front of the truck features a portrait of Jesus and the text 'JESUS EN TÚA CONFIDENCIA'. The side of the truck has 'SALMO 27' written on it. To the right of the truck is a screenshot of a Facebook post. The post has 72,474 likes, 154 comments, and 17 shares. One comment from 'Andres Cerda' says: 'De 10 mi hermano para los que somos cristianos nos alegra ver estas imagenes!! Me lo cruce el año pasado en sanbespiritu Santa Fe!!!'. Another comment from 'Martin Abraham' says: 'Si es muy Hermosa ese'.

VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD NO PAGADA

- Menor costo: cuesta menos que la pagada o que las ventas personales, porque no hay costos de tiempo o espacio en los medios por comunicar el mensaje, ni hay que respaldar a los vendedores.
- Mayor atención. Muchos consumidores están condicionados a ignorar los anuncios o a prestarles poca atención. La publicidad no pagada se presenta como material editorial o noticioso, así que tiene más probabilidades de ser vista, escuchada o leída.
- Más información. Dado que se presenta como material editorial, puede contener más detalles que un anuncio común. Se puede incluir en el mensaje más información y contenido persuasivo.
- Oportunidad. Una compañía puede lanzar un boletín de prensa muy rápidamente si ocurre un acontecimiento inesperado.

RSE Y MARKETING SOCIAL

RSE: estrategia que busca gestionar las decisiones de la empresa teniendo en cuenta la rentabilidad, el medio ambiente y la sociedad de forma conjunta.

Es importante entender que la RSE funciona como medio de distinción con respecto al resto de las empresas y en este sentido, gracias a las actividades realizadas, incluso se puede conseguir una mayor competitividad, ya que cada vez hay una mayor parte de la sociedad que tiene en cuenta este tipo de acciones al preferir una empresa u otra.

La RSE dota de cercanía a las marcas y consigue reforzar de manera indirecta las estrategias de marketing.



