

## PLAN DE MARKETING

Análisis de la situación



Público objetivo

Objetivos



Estrategias y tácticas

Desglose del presupuesto



# Comercialización

**Titular MSG: Guido Curletto**  
**Jefe de Trabajos Prácticos MSG:**  
**Sebastián Sanchez Fay**

**Ciclo lectivo 2021**

**Universidad Nacional de la Pampa**



FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y JURÍDICAS  
Universidad Nacional de La Pampa

# Creación de Valor

# CASO Empresarial Stew Leonard's

*Stew Leonard's es una cadena de tienda comercial poco conocida ubicada en Connecticut. Sólo cuenta con cuatro tiendas, pero su reducido número de locales no refleja lo que sus clientes experimentan cuando visitan lo que se ha denominado la **“Disneylandia de las tiendas de lácteos”**.*

*Desde que abrió su primera tienda en 1969, la compañía se ha destacado por su manejo de los negocios centrado en el cliente. De hecho, la obsesión del fundador de Stew Leonard's con el concepto de valor de por vida del cliente hizo que se decidiera a conservar a todos los clientes que entraran a su tienda.*

*El video de Stew Leonard's muestra la manera en que este vendedor minorista ha deleitado a sus clientes durante más de 40 años.*

*Con animales de granja que cantan en animatronics, empleados disfrazados, zoológicos de mascotas y muestras gratuitas de alimentos y bebidas, esta cadena atiende hasta 300 000 clientes por tienda cada semana, y ha alcanzado el nivel de ventas más alto por pie cuadrado que cualquier tienda en Estados Unidos.*

**CASO EN Video**  
**CASO Empresarial**  
**Stew Leonard's**  
**Actividad**



Después de ver el video, responda las siguientes preguntas acerca de la compañía.

1. ¿Cuál es la **propuesta de valor** de Stew Leonard's?
2. ¿Cómo construye Stew Leonard's **relaciones a largo plazo** con sus clientes?
3. ¿De qué manera ha aplicado Stew Leonard's los conceptos de **capital de clientes y valor de por vida del cliente**?

# Política de servicios al cliente:

Stew Leonard's es el supermercado más exitoso de los Estados Unidos. El volúmen de ventas por pie cuadrado es aproximadamente 10 veces superior al nivel de los supermercados convencionales. La roca de tres toneladas que está enfrente de la tienda nos ofrece la explicación de por qué sucede esto. Grabada en esa roca está toda la filosofía del señor Stew Leonard:

1. El cliente siempre tiene la razón
2. Si el cliente, alguna vez, se equivoca, vuelva a leer la regla 1

## Marketing = Valor

- La propuesta de valor en marketing es el "mix"



Llegar con una propuesta al cliente indicado

## 5. LAS 8 P's DEL MARKETING MIX AMPLIADO





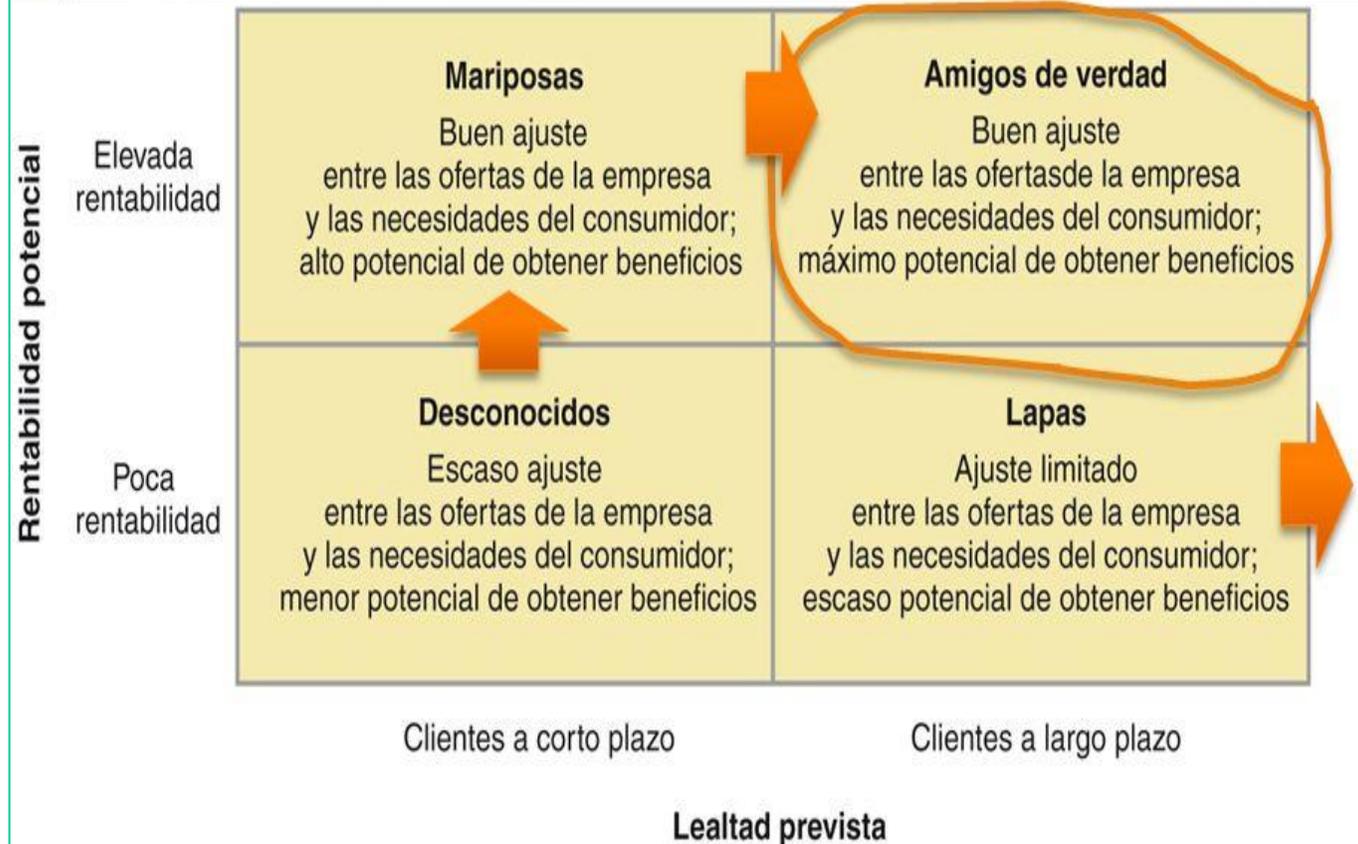
# Valor capital del cliente

- La combinación del valor de la vida de todos los clientes actuales y potenciales de la empresa.
  - *Clasificar a los clientes por su lealtad y rentabilidad potencial*
  - *Administrarlo adecuadamente*

## Construcción del capital cliente

Cientes rentables y de por vida

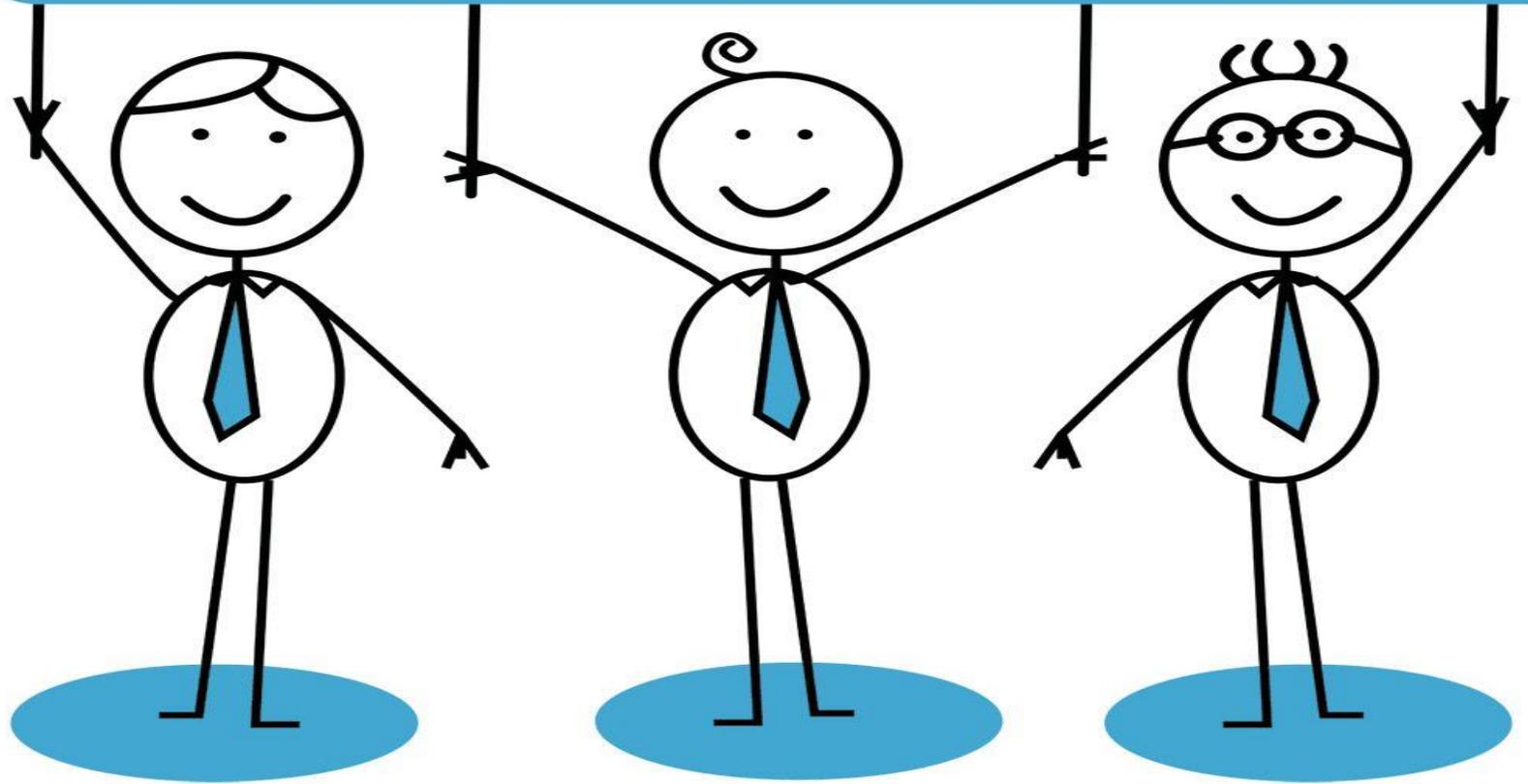
Suma de los valores descontados durante toda la vida de todos los clientes actuales y potenciales de la empresa



# Resumen

- ***Marketing crea valor...***
  - Para la gente, satisfaciendo necesidades y deseos
  - Para la empresa, dando rentabilidad y sustentabilidad
  - Para la sociedad, con inversión y empleo
- ***El valor atrae a los clientes***

**¡GRACIAS!**



**CAMBIA**

**TU ACTITUD**

COMIENZA EL RETO