

Ofertas de Marketing: Producto, Servicios, y Experiencias

Una definición de producto es: “Cualquier cosa que se pueda ofrecer al mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”.

Las necesidades y deseos de los consumidores se satisfacen mediante las ofertas de mercado- ¿Qué es una oferta de mercado? Es la mezcla de productos, servicios, información o experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer necesidades o deseos. Hay que entender que los productos no son solamente productos físicos, también son servicios. Por ejemplo, un producto es una televisión pero también, producto en términos de marketing, puede ser el servicio que me da un contador al llevar mi contabilidad. En definición más amplia, podemos decir que oferta de mercado también pueden ser personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

Un servicio es: “Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible por que no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo”.

Existen tres características específicas del servicio: intangibilidad, variabilidad, inseparabilidad

La mayoría de las empresas cometen un gran error al darle toda la importancia al producto físico que venden y dejan de lado el hacer énfasis en los beneficios y experiencias que tienen sus productos. Si las empresas se concentraran en estos aspectos, muchos productos serían más exitosos, porque los consumidores ni siquiera conocen todos los beneficios que pueden obtener de los productos. Las empresas dejan de lado esto por concentrarse solo en el producto en sí, dejando pasar la oportunidad de crear una experiencia en los consumidores. A esto se le llama miopía de marketing. Y lo que pasa en muchas ocasiones es que cuando salen al mercado otros productos que cumplen la misma función y a un precio más bajo, lo más probable es que el consumidor se vaya con ese nuevo producto porque el otro nunca causó una experiencia que lo hiciera sentirse satisfecho y sin intenciones de probar otra marca. Hay empresas que sí dedican grandes esfuerzos para satisfacer a sus clientes y son marcas que están ya muy bien posicionadas, por ejemplo Nike y Walt Disney, entre muchas otras.

Ofertas de Marketing: Producto, Servicios, y Experiencias

Las experiencias son mayormente utilizadas en las empresas de entretenimiento, Disney aplica la estrategia de sus parques de diversiones con la temática de las películas que produce; la cafetería Starbucks utiliza en sus establecimientos una ambientación agradable, buenos sillones, conexión a internet, poemas en su paredes y música ambiental; eso hace que los consumidores y clientes quieran repetir la experiencia vivida.

Referencia:
Kotler&Armstrong (2008), Fundamentos de Marketing, Ed, Prentice Hall, Estado de Mexico