

5 razones por las que el marketing es vital en tu empresa



La mercadotecnia es vital para todas las empresas y es necesario que se lleven a cabo estrategias para poder asegurar el crecimiento sostenido de las mismas

Así narra, **Ana Franco, profesora investigadora del Tec de Monterrey**, campus Sinaloa, con un doctorado en administración **con especialidad en mercadotecnia** la importancia que esta última tiene en cualquier empresa.

La profesora compartió **5 razones por las que el marketing puede cambiar el rumbo de las empresas y por las que deben tener una buena estrategia de respaldo.**

1. Conocer a tus clientes

La maestra Ana Franco, comentó cómo **la mercadotecnia te ayuda a conocer a tus consumidores por medio de investigaciones profundas sobre sus necesidades, gustos e intereses.**

Asimismo, recalcó que las empresas deben de orientar sus productos y estrategias de negocios hacia los clientes.

“De hecho, el dedicarse a estudiar y comprender a sus consumidores, es una especialidad dentro de la mercadotecnia”, explicó la doctora.

2. Analizar a la competencia

*“No solo es conocer al consumidor, **también es importante ver que están haciendo nuestros competidores y por qué el consumidor los prefiere a ellos**”, Ana Franco.*

La profesora también resaltó el **observar y analizar a nuestra competencia**, pues de esta manera podemos hacer comparaciones entre empresas y poder llegar a una respuesta sobre el porqué los consumidores prefieren a la competencia.

De igual manera, destacó que con esta duda resuelta podemos crear estrategias y decidir si tu empresa escoge destacar el precio o la diferenciación, pudiendo ser esta en productos, servicios o beneficios.

*“No hay más, **quienes sobreviven en el mundo de los negocios son compañías que han establecido sus precios o diferenciación**”, relató.*

3. Estrategias para los consumidores

Una vez conociendo a los consumidores de tu industria puedes comenzar a generar estrategias orientadas hacia ellos, todo **en búsqueda de un acercamiento de empresa a cliente**, contó Ana Franco.

*“Si los conoces bien, sabrás cómo acercarte a ellos, como **formar un verdadero vínculo que vaya más allá del consumismo**, podrás crear una lealtad hacia tu empresa”, cerró la maestra.*



width="900" loading="lazy">

4. Generar estrategias diferenciadoras

A través de todos estos análisis y conociendo a detalle a los clientes y las ventajas que los competidores ofrecen, **debes de crear estrategias diferenciadoras para tu negocio**, compartió la profesora.

*“No desarrolles estrategias como dueño de tu empresa o basándote en tu opinión personal, **desarrollalas basadas en investigación, analiza que hay en el mercado, cuáles son las demandas, en que áreas la competencia no satisface a los clientes**”,* habló Ana Franco.

5. Tener un control mayor en tu negocio

Como último punto, la investigadora Ana Franco resaltó que gracias a la mercadotecnia puedes tener un **control mucho mayor en tu empresa**, todo esto por medio de indicadores mercadológicos.

*“Debemos siempre **medir nuestras respuestas al momento de lanzar campañas publicitarias, lanzar nuevos productos o nuevos servicios**”,* dijo.

Pues comentó que **la mercadotecnia te permite monitorear si en realidad estás teniendo o no éxito en tus proyectos**, y, basado en esto, continuar por el camino que lleva tu empresa o, por el contrario, comenzar realizar modificaciones.

Para finalizar, la doctora Ana Franco destacó **la necesidad de mercadólogos enfocados al estudio de los consumidores**, al estudio de competidores y el desarrollo de estrategias para la diferenciación de los servicios y productos de una empresa.



width="900" loading="lazy">

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: