

Expertos Tec dan 8 razones de la popularidad de Apple



Asael Villanueva | Redacción Nacional

¿Por qué el lanzamiento de los **productos Apple** genera usualmente gran **expectativa y difusión**? **Especialistas del Tec de Monterrey analizaron para CONECTA** este caso.

El evento anual de **Apple** se realizó **este 12 de septiembre** y, en él, **Tim Cook** dio a conocer los nuevos productos de la marca: los **nuevos modelos mejorados del iPhone** y de su reloj **Apple Watch**.

No obstante, **más allá de los nuevos aditamentos**, la marca suele **acaparar los reflectores mediáticos y generar gran interés** desde antes de los anuncios.



/>>

Hablamos con **Alfredo Brunell**, profesor de **Marketing** del Tec de Monterrey y **fundador** de la carrera de **Mercadotecnia** en Latinoamérica y con **José Luis Pineda**, **director** de la carrera de **Publicidad y Comunicación de Mercados**.

Ellos nos explicaron las estrategias de mercadotecnia de la marca y 8 puntos clave de la popularidad de Apple.

Expectativa.



/>>

Alfredo afirma que los eventos que realiza Apple con **gran algarabía**, sirven para **llamar la atención** de las personas y **promover un aspecto de aspiración en ellas**.

“Desde el tiempo de Steve Jobs lo que buscan es **crear expectativas para que la gente esté ansiosa de saber qué cosas nuevas hay**”, afirmó Brunell.

Status.

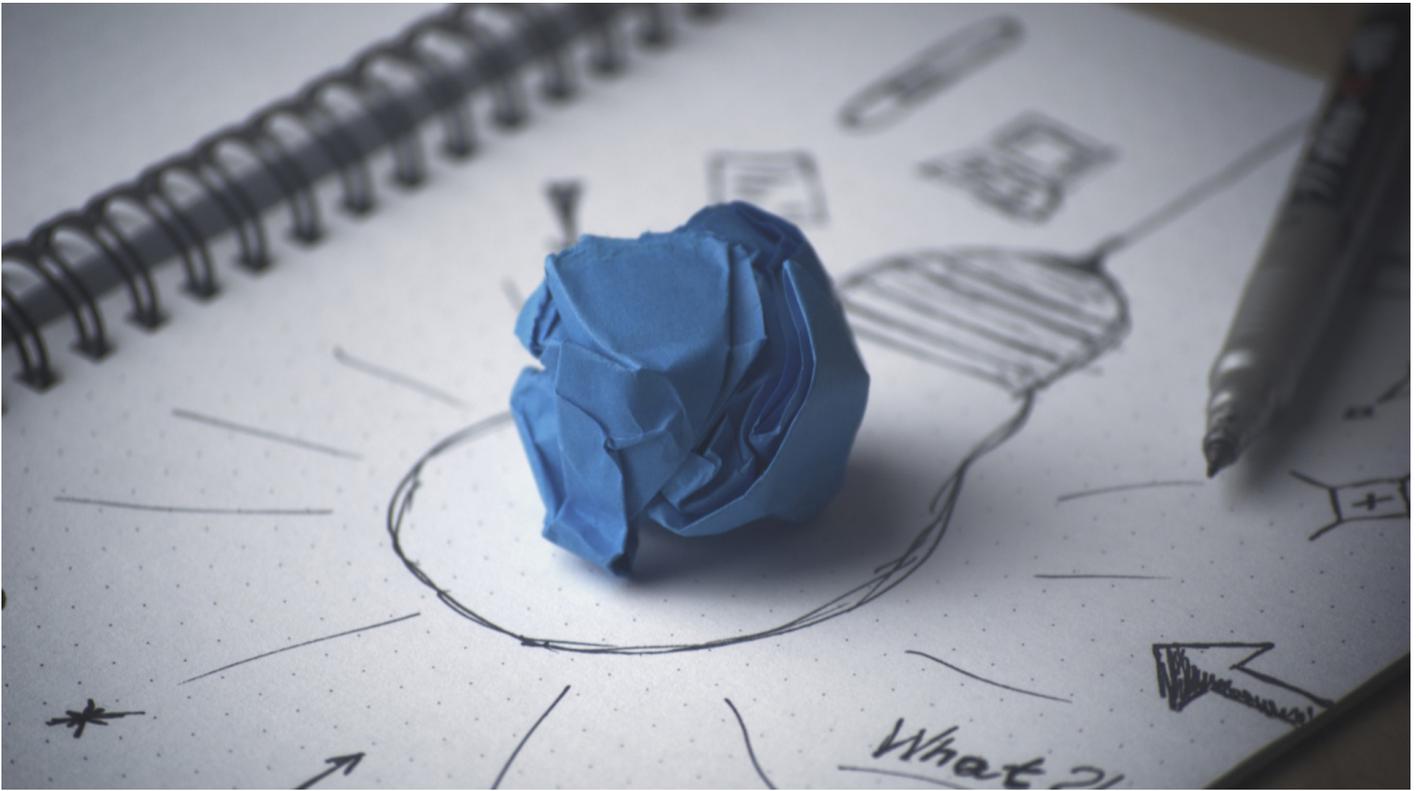


/>>

El **efecto cadena** que provoca Apple, es uno de sus mayores logros, como lo relata **Alfredo**, lo que les ha brindado un gran éxito a sus productos y les ha dado resultado desde el comienzo.

“**Tú lo compraste, yo quiero también comprarlo**”, menciona Alfredo, quien afirma que es un **recurso de mercadotecnia** que usan desde que Steve Jobs estaba a cargo.

Innovación



/>>

Apple, **al igual que otras compañías tecnológicas**, se ha enfrascado en una **carrera por la innovación** y en cada edición se destaca una nueva capacidad para hacer algo nuevo.

“Ahorita hay mucha **innovación en todas las compañías de tecnología**”, afirmó Alfredo, quien afirma que la **mercadotecnia** que utiliza Apple es **agresiva, estudiada y muy creativa**.

Experiencia de Uso.



/>>

José Luis Pineda afirma que gran parte del éxito de Apple y sus productos se dio a partir de la **experiencia** que brindaban a sus usuarios.

"Sus productos tenían **un diseño que te daban ganas de tocar**, tenían buenos materiales y eran **fáciles de usar**", comentó

Creatividad.



/>>

"Ahora han hecho un **evento** para **llamar la atención** y lo han logrado perfectamente, Tienen bien estudiado su **mercado**", afirmó Alfredo.

También mencionó que una de las **estrategias más comunes de Apple** es hacer que **uno o más líderes** usen los productos para difundirlos y tú como consumidor **sigas al líder de opinión**.

Relación con la marca.



/>>

"A veces creamos **relaciones afectivas con las marcas** [...] Hay unas marcas que odiamos y otras que amamos" afirmó José Luis.

Pineda afirma que **Apple ha creado un ecosistema que mantiene al usuario dentro del círculo de sus productos**, ya que es más sencillo que al tener un producto de una marca el próximo que se adquiera **sea de la misma**.

Calidad.



/>>

“La gente ha visto y ha quedado **satisfecha** con el producto”, afirma Brunell, cuando enlista a la calidad como **una de las razones que distingue a las marcas** como Apple, del resto.

Según Alfredo, la mercadotecnia se basa en un principio **no de vender, sino de que la gente te compre**.

“Y la gente comprará tu producto si tienes **ventajas diferenciales** competitivas [...] y **lo que ha hecho Apple durante estos años ha sido buscar esas ventajas**”, sentenció.

Imagen de la compañía.



/>>

José Luis menciona además que **Steve Jobs** es uno de los pilares del éxito de la compañía debido a la **imagen** que se tenía de él.

"Era un director de una compañía, [...] ya **al final de su vida era reverenciado como si fuera casi un rockstar**", afirmó.

José Luis menciona que el **liderazgo de Jobs**, su **imagen** y su **innovación** fue gran parte del éxito de Apple.