

3 consejos de marketing para tus campañas, según la líder de C&A



La **directora de C&A, Kelly Kruger**, visitó el Tec Guadalajara para compartir en una conferencia magna los pasos esenciales de una **campaña publicitaria exitosa**, así como el enfoque que vive la **industria textil** en la actualidad.

En su ponencia, Kruger mencionó los **3 pasos fundamentales para generar una buena estrategia mercadológica** y llegar al objetivo:

1. **Definir tu mercado.-** Una vez determinado a quién deseas llegar es importante realizar una investigación previa para conocer las necesidades, contexto cultural, económico y hasta político.
2. **Adaptar tus productos a tu público.-** Saber cuánto dinero puede emplear para adquirirlo, el uso que le dará y, desde esa perspectiva, cuánto recuperará de esta inversión.
3. **Dar realismo y cercanía a las campañas.-** Para que el cliente se sienta seguro e incluido y esté interesado en saber más sobre la marca y sus productos.



width="1000" loading="lazy">

Un ejemplo exitoso que compartió la conferencista fue la campaña **“Latidos Unidos Mexicanos”**, en la que Kruger reconoció que se **celebró la cultura mexicana**, mientras se apoyaba el talento nacional mediante el trabajo de diseñadores y modelos.

Kelly Kruger señaló que **“la moda sustentable trae un empuje en toda la industria”**; cuestión por la que C&A busca materiales a nivel global y actualmente es la **empresa número 1** que trabaja con **algodón orgánico**.

La directora de C&A señaló que desde hace unos meses han trabajado con la **Escuela de Negocios del Tec como un socio estratégico para impulsar la vinculación académica**.

Expresó que con base en dicha alianza los alumnos pueden *“integrar conocimientos aprendidos con su **aplicación en una empresa real...** Y a nosotros nos da un enriquecimiento de ideas de mexicanos, que al final del día, son nuestros clientes”*.

La visita de Kruger se realizó en el marco de la sexta edición del **Congreso BoOM: Brainers of Marketing**, realizado en el Tec Guadalajara y que tuvo como temática la **Mercadotecnia Digital, enfocada a la sustentabilidad**.

Al respecto, Maricarmen López, directora de la carrera de Mercadotecnia (LEM) del Tec Guadalajara, comentó que *“cuando hablas de marketing, no sólo puedes considerar medios digitales, hablas de **estrategias integradoras**”*.

*Subrayó que “se debe tener diferentes puntos de contacto para una **estrategia de 360 grados**. Esta revolución tiene que ver con la tecnología y con 'big data'; qué haces con toda esa información para utilizarla a favor de lo que hagas”*.



width="900" loading="lazy">



width="900" loading="lazy">

BoOM es un encuentro anual que organiza la carrera y la Sociedad de Alumnos de **Mercadotecnia** del Tec, campus Guadalajara, para **abordar temas de vanguardia mediante reconocidos expertos** de talla nacional e internacional.

El congreso no solo muestra cómo trabajan las empresas, también brinda a los participantes la oportunidad de **realizar *networking* con personajes importantes de la industria.**

“Te vinculas con el ámbito empresarial, para conocer cómo se aplica lo visto en el salón de clases, los retos con los que se enfrentan, cómo los solucionan y esa experiencia detona un enriquecimiento para la audiencia”, concluyó López.

LEE TAMBIÉN:

LEE TAMBIÉN: