

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Visión general, relación entre cliente y proveedor, diferentes tipos de Marketing, percepción del “valor”, tipo de “valores” de los productos y los servicios, significado psicológico de los productos, calidad y precio, propuesta de valor, experiencia del valor.

CLIENTES

Qué es un cliente, diferentes tipos de clasificación de los clientes, la conducta de los humanos, prejuicios, tabúes, disonancias culturales, metacognición, ejes primarios para las conductas, procesos de adquisición, procesos de decisión al consumo, procesos de motivación al consumo.

PRODUCTOS

Qué es un producto, diferentes tipos de clasificación de los productos, la percepción de los productos, clasificación de los mercados según la entrega del producto, los productos experienciales, Diseño de productos, la accesibilidad física, lógica y perceptible. La Belleza y los beneficios sensoriales, sinestesia, efectos psicológicos y sociales. Los Beneficios emocionales, apreciación del valor, los modelos de experiencias.

ESTRATEGIAS

Ser encontrado, claves para el posicionamiento físico y virtual, leyes de la visibilidad virtual y real. Ser deseado, claves para ser atractivo. Ser escogido, claves por la accesibilidad. Ser escogido, claves para la creación de expectativas, la epistémica (relación entre la verdad y la creencia). Ser vivido, la experiencia del producto, la percepción emocional. Ser recordado: creación de valor del producto, creación de sensaciones memorables. Ser recomendado, creación de sentido de pertenencia y de orgullo de marca, valores ocultos de los clientes, motivación. Trazabilidad de la estrategia.

IDEAS Y NEGOCIOS

Qué son las ideas, cómo llegar a una idea de negocio, la propuesta única de valor, el sistema-producto, preguntas que me tengo que hacer para emprender, escenarios por los negocios, los diferentes modelos de negocio. Definición de Plan de negocio, desarrollo y práctica del DAFO, desarrollo y práctica del CANVAS.

BRANDING

Qué Es una Marca, creación de marca, uso de la marca, valor de marca, diferenciación de la marca, comercialización de marca, vida, mantenimiento y muerte de la marca, protección de la marca, el co-branding (cocinero-restaurante), uso de la marca en la estrategia.