

# TOPICOS SELECTOS DE MERCADO

Ciclo 02-2020  
Sección 02

# 2da INVESTIGACIÓN

Análisis de competencia de nuestra marca emprendedora

Entrega: 29 de Septiembre 2020

Analizar su competencia directa e indirecta y definir la marca estereotipo que queremos ser.

Analizar 3 marcas directas y 3 indirectas

Monitoreo de redes sociales.

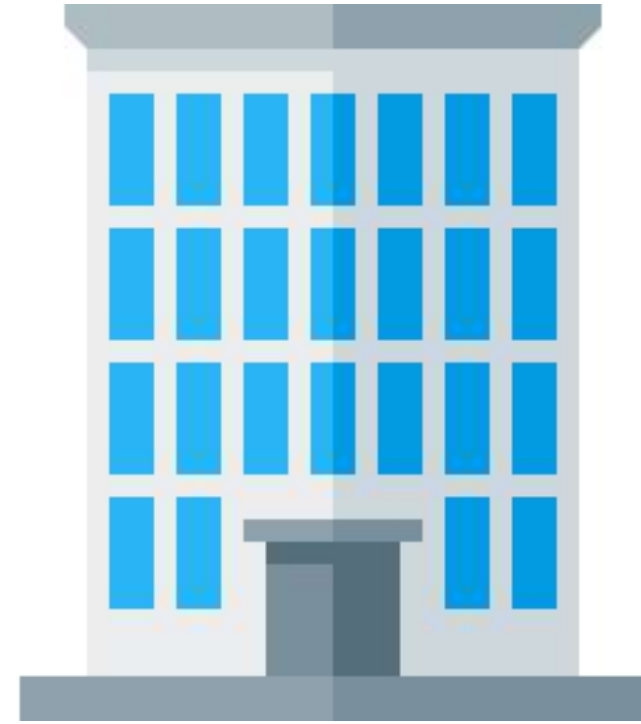
Monitorear 20 días de actividad  
1 al 20 de septiembre 2020

Tipo de contenido

# Análisis de competencia



Emprendedor



Marca con  
trayectoria

# Caso

mr. wonderful \*

# Negocios online que se han impulsado usando el Marketing Digital

- Empezaron publicando frases motivadoras y dibujos llevaderos en Facebook
- Iniciaron vendiendo y creando tarjetas para bodas -> crearon contenido con las imágenes
- Sus clientes los recomendaban, creaban imágenes con buenas recomendaciones e incluso escribían en los blogs de los clientes, fueron reconocidos en blogs y revistas de modas.
- Crecieron tan rápido que comenzaron a vender en línea y luego sus productos en tiendas por departamento
- Iniciaron Febrero 2011





Primeros diseños de Mr. Wonderlan





**Mr. Wonderful**

Tienda de regalos

Enviar mensaje

Inicio Opiniones Fotos Comunidad Más

Me gusta

**Información**

Ver todo

1.246.455 personas les gusta esto, incluidos 14 de tus amigos



1.246.459 personas siguen esto

Enviar mensaje

Tienda de regalos · Decoración de interiores

**Fotos**

Ver todo



**Transparencia de la página**

Ver todo

Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad de una página. Consulta qué acciones realizaron las personas que la administran y publican contenido.

Se creó la página el 25 de mayo de 2018

Agrega tu negocio a Facebook



Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

**Mr. Wonderful**

1 de diciembre de 2019

Eres mi vitamina favorita #mrwonderfulshop



22

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...



mrwonderful\_

Enviar mensaje



11,174 publicaciones

2.1m seguidores

2,515 seguidos

**Mr. Wonderful**

Un equipo de gente muy maja haciendo cosas muy chulas. Descubre todo lo que hacemos

bit.ly/Mrshop

theslowmimi, mariamsagastizado.media, karlitab90 y 19 personas más siguen esta cuenta



Descarga...



Apellidos



Flechazos II



Horóscop...



Verano



REBAJAS



Papelería

PUBLICACIONES

IGTV

ETIQUETADAS





Hacerte con tu nueva Agenda Escolar Mr. Wonderful no te costará nada

**DEL 3 AL 9 DE SEPTIEMBRE**

**envíos gratis**

¡Pedir agenda!

\*Promoción válida del 3/09 al 9/09 a las 23:59h en pedidos que incluyan una 'Agenda escolar'. Envío gratis a Península y Baleares.

**AGENDAS ESCOLARES**  
¡Quieto para! Las nuevas agendas Mr. Wonderful se apuntan a tus sacaos

**KITS DE REGALO**  
Kits de regalo para robarte el corazón

**MATERIAL ESCOLAR**  
Imprescindibles para estudiar y triunfar en el linterno

NOVEDADES

**SET DE PAPELERÍA**  
Set para no perder jamás los papeles

**SET DE PAPELERÍA**  
Set de imprescindibles para darle todo

Mochila saco - New adventures await

Mochila saco - Good things look great

Mochila saco - Time to be amazing

AGENDAS ESCOLARES 2020-2021

Agenda clásica 2020-2021 Día por página - Ideas, sueños y mucho por lograr 19,95 €

Agenda clásica 2020-2021 Día por página - Haz que pasen 19,95 €

Agenda clásica 2020-2021 Semana vista - Lo vas a conseguir 18,95 €

Agenda clásica 2020-2021 Semana vista - Todo lo bueno que está por llegar 18,95 €

Agenda clásica 2020-2021 Semana vista - Aquí los sueños se cumplen 16,95 €

# Su estrategia

- Se enfocaron en sus redes sociales, crecimiento, comunidad
- Presencia en internet: abrieron su tienda en línea, con navegación fácil, optimizaron y guiaron la venta.
- El contenido adaptado a la personalidad del público objetivo es un agente que entretiene, puesto que es una herramienta muy eficaz para acercarse a ellos de manera natural. Mr Wonderful lo entendió.
- Su estrategia quizás no era la mejor; se apoyaban en el envío de newsletter, presencia en Redes Sociales, blog, content marketing, etc

**Mr. Wonderful tiene 1.200 puntos de venta, 150 empleados y venden en 26 países (GT y SV).**

**¿Qué tomarían del este caso de éxito para replicarlo en sus empresas emprendedoras?**

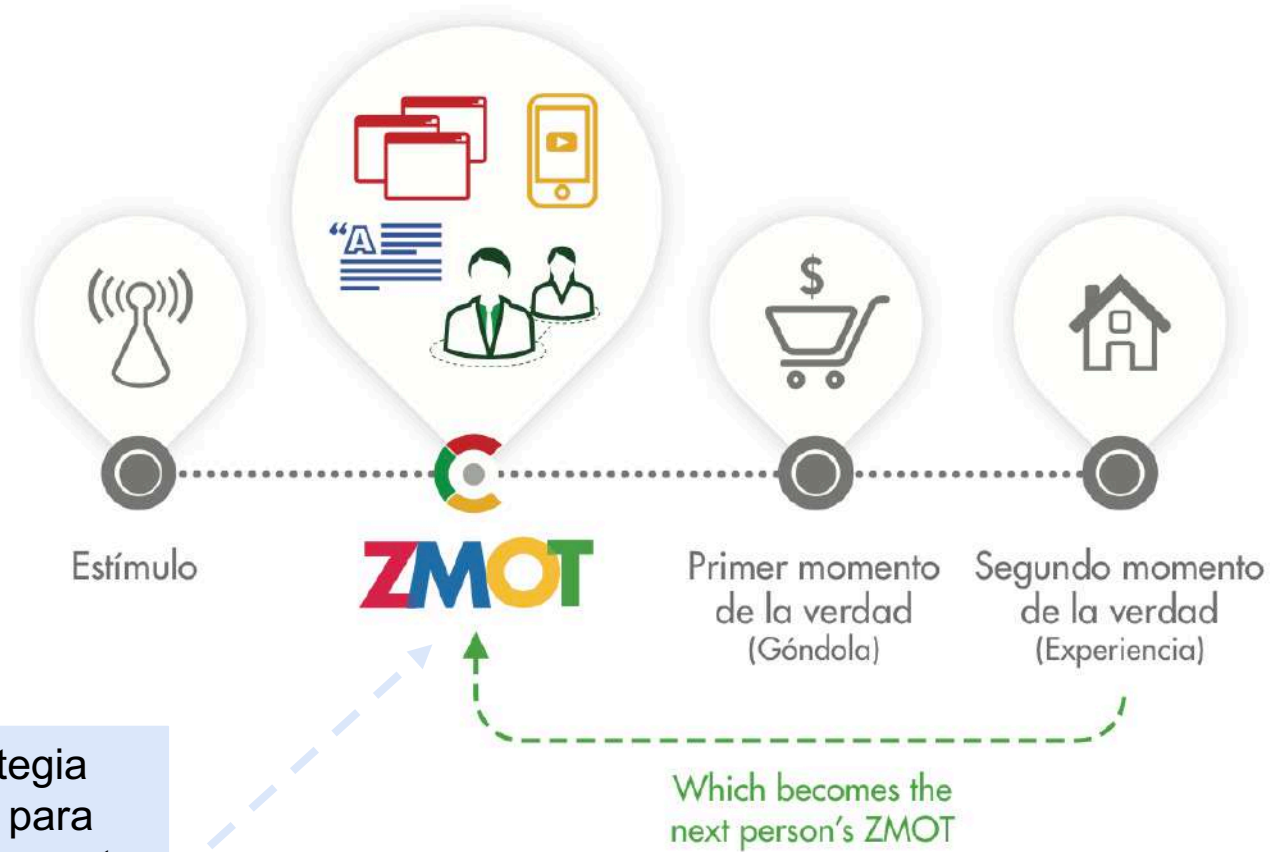
**MOMENTO  
CERO DE LA  
VERDAD**



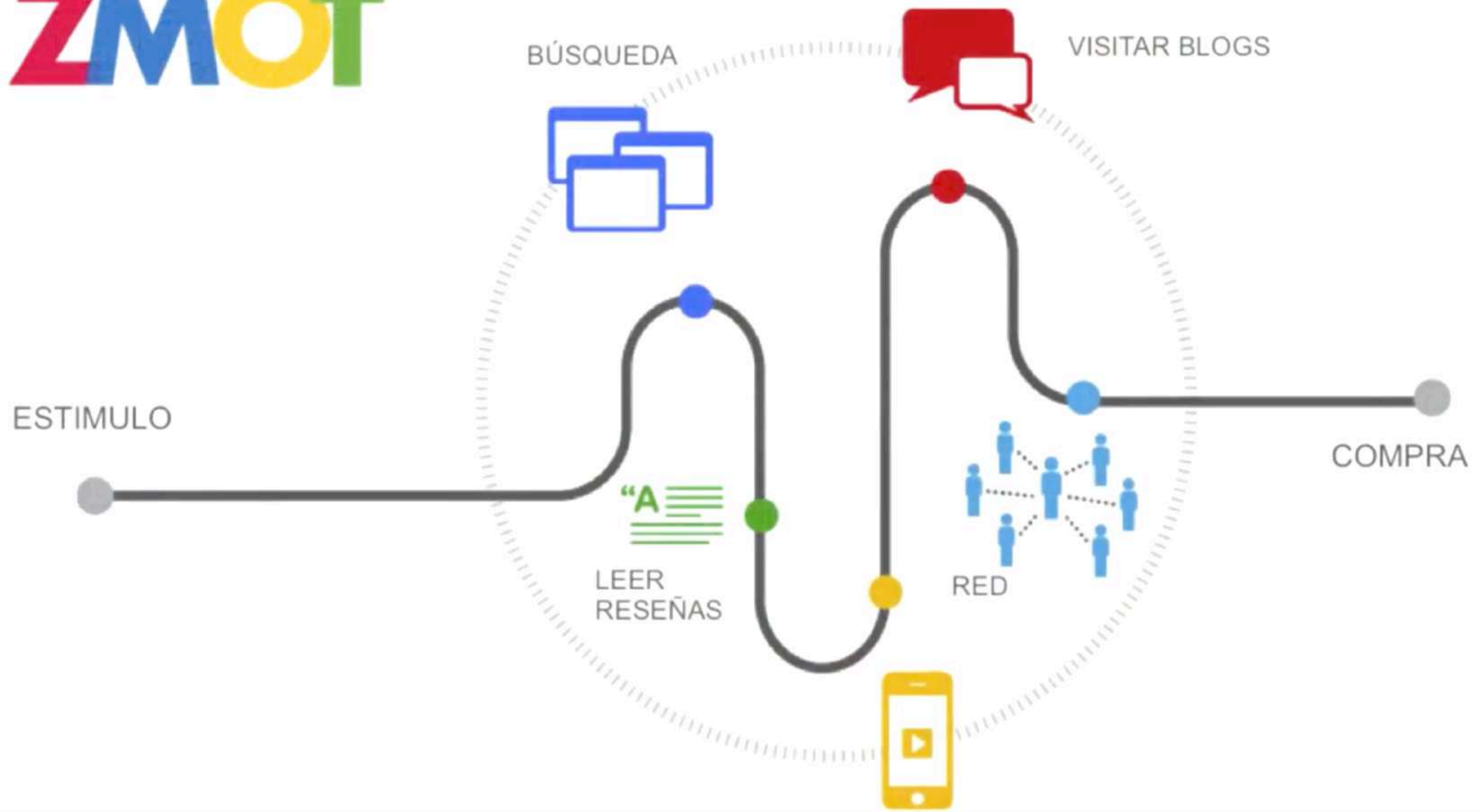
# Modelo mental clásico de marketing



# Nuevo modelo mental de marketing



¿Qué estrategia implementa para ganar en el momento en que el comprador busca información en Internet, el Momento cero de la verdad?



# ¿Cómo ganar el ZMOT?

1. Designar a un encargado
2. Buscar los momentos ceros en clientes
3. Responder preguntas de compradores
4. Optimizar ZMOT, ¿cómo podemos aparecer más?
  1. Actuar con rapidez
  2. No olvidar videos
  3. Lanzarse



# ¿Cómo trabajan las empresas latinoamericanas en el Momento Cero?

▶ ▶| 🔊 0:08 / 4:00





# **MICRO MOMENTOS**

# LA VIDA



0:01 / 1:45



# Los micro momentos de

Google

por Manuel Qui

▶ ⏩ 🔊 0:12 / 1:54

VideoScribe



# Ejemplos

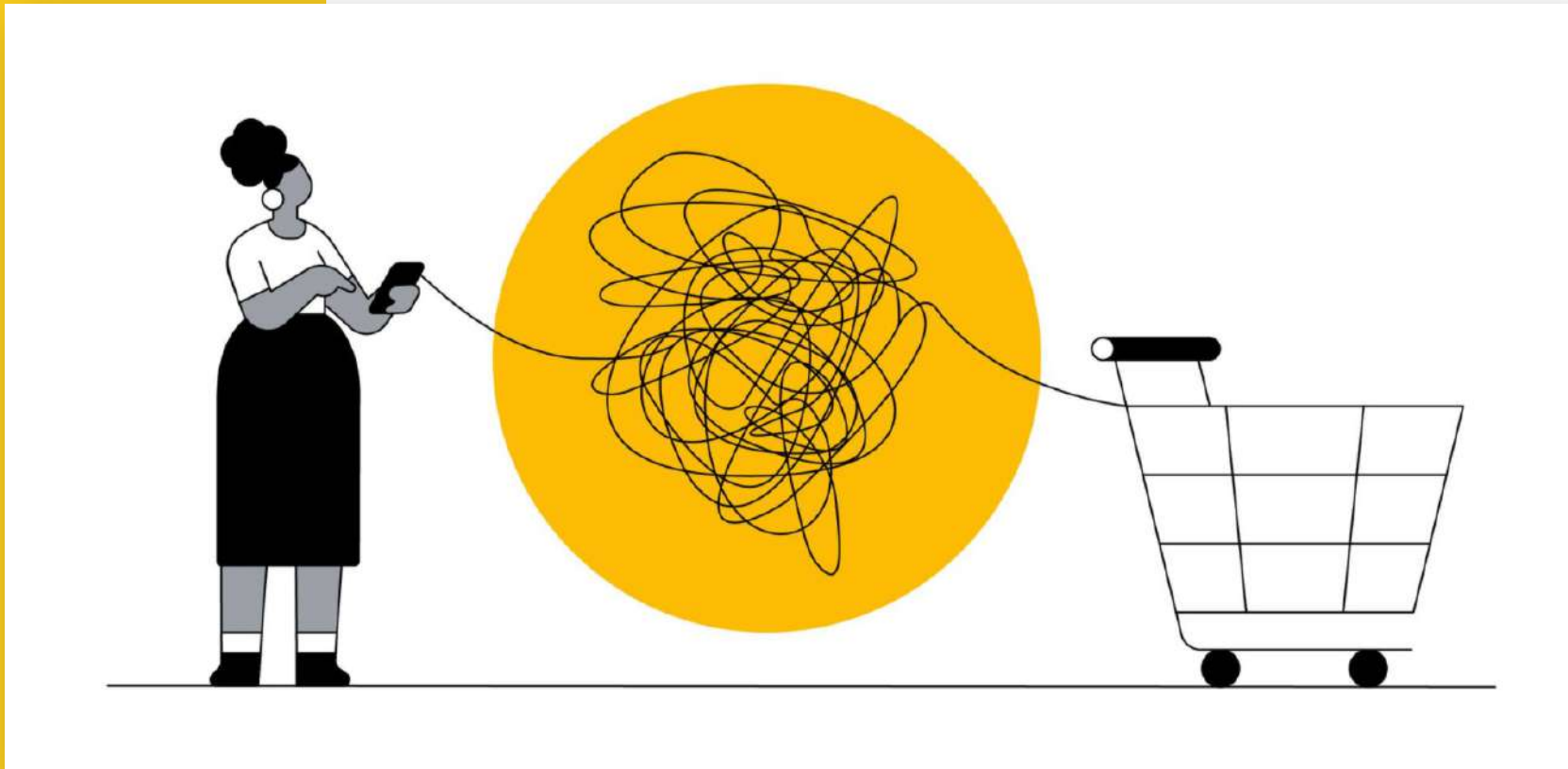


A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

**¿PREGUNTAS?**

**¿SEGUIMOS IGUAL?**

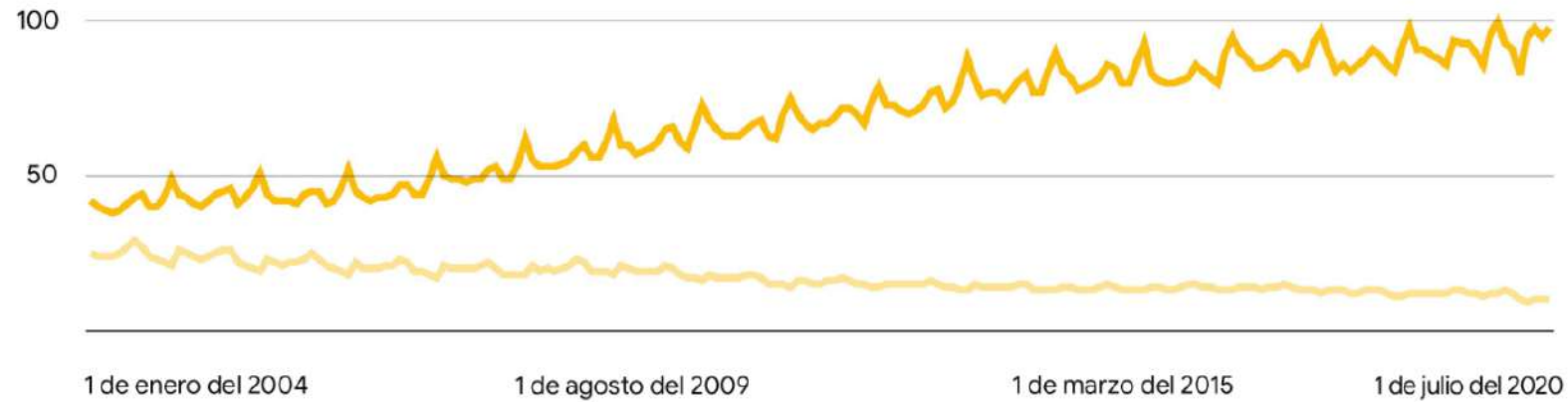
# “Complicado proceso de toma de decisiones”



Internet ha evolucionado y ha dejado de ser una herramienta con la que comparar precios para convertirse en una herramienta que nos permite comparar prácticamente todo

# Ejemplo de comportamiento

Interés de búsqueda global por "el mejor" respecto a "barato"



- best
- cheap

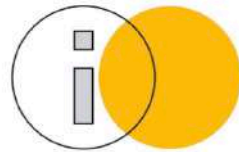
Ebook:  
El Lioso proceso de toma  
de decisiones durante el  
recorrido de compra.



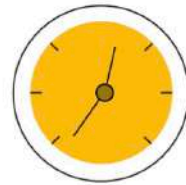
# Comportamiento Actual



# Experiencias Seis sesgos que influyen en las decisiones de compra



Heurísticas de categorías



Poder del ahora



Aprobación social



Sesgo de escasez



Sesgo de autoridad



Poder de la palabra "gratis"

# ¿Cómo pueden alcanzar el éxito los profesionales del marketing en el lioso proceso de toma de decisiones?

- **Asegurar la presencia de la marca** para que los clientes piensen en tu producto o servicio mientras exploran las diferentes opciones.
- **Utiliza los principios de la ciencia del comportamiento** de forma responsable e inteligente para que los clientes encuentren convincente tu propuesta cuando evalúen sus opciones.
- **Reduce el tiempo que pasa desde que se activa la compra hasta que se completa** para que tanto los posibles clientes como los actuales estén menos expuestos a las marcas de la competencia.
- **Crea equipos flexibles y capacitados que puedan colaborar entre sí** para evitar los silos de rendimiento y marca tradicionales que suelen complicar aún más el lioso proceso de toma de decisiones.



A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

**¿PREGUNTAS?**

# TENDENCIAS

2020

**¿QUÉ ES UNA  
TENDENCIA?**

# Definición Philip Kotler.

Se puede entender como una dirección, impulsada por una secuencia de eventos que transforma una determinada realidad.



Un comportamiento que en un momento era inexpresivo, pero después gana fuerza y destaque.

Evidencian oportunidades de mercado y señalan si un determinado producto o servicio tiene posibilidades consistentes de tener éxito.

# Definición Philip Kotler.

Se puede entender como una dirección, impulsada por una secuencia de eventos que transforma una determinada realidad.







**TENDENCIAS  
DE  
MARKETING  
DIGITAL**

# Personalización

El usuario espera recibir un contenido y una comunicación personalizada.

Es necesario **conocer a tu cliente, interactuar con él y obtener datos e información.** Cuanto más te centres en conocer a tu cliente, para satisfacer sus necesidades y sus deseos, mayor serán las posibilidades de impactar en él.

Nuevo contenido - Status Update: Actualiza tu universo ya está en Netflix

NetfliX <info@mailier.netflix.com> [Unsubscribe](#) Fri, Sep 4, 1:14 PM (4 days ago) to me

Spanish > English Translate message Turn off for: Spanish

**N** para KG



**Status Update: Actualiza tu universo**

2018 13+ 1 h 47 min

Una app en su teléfono le facilita la adaptación a una nueva escuela, pero ser popular es menos mágico de lo que parece. [Más info](#)

▶ Reproducir

+ Mi lista

# Personalización

## CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL



## SOCIAL LOGIN

A user interface for social login. On the left, there are three buttons: 'Login with Facebook' (blue), 'Login with Twitter' (light blue), and 'Login with Google+' (red). In the center, a vertical line with a circle containing 'OR' separates the social login options from the manual login section. The manual login section is titled 'Sign in manually' and includes a 'Username or email' input field, a 'Password' input field, a 'Remember me' checkbox, and a red 'LOGIN' button. At the bottom, there are links for 'Register now' and 'Forgot password?'.

# Podcast

El podcast está en pleno auge. Se trata de un contenido cada vez más consumido por los usuarios, ya que su escucha es muy sencilla y no requiere prestar atención a la pantalla, lo que hace de él un contenido perfecto para poder consumirse mientras se están realizando otras actividades.



# Podcast

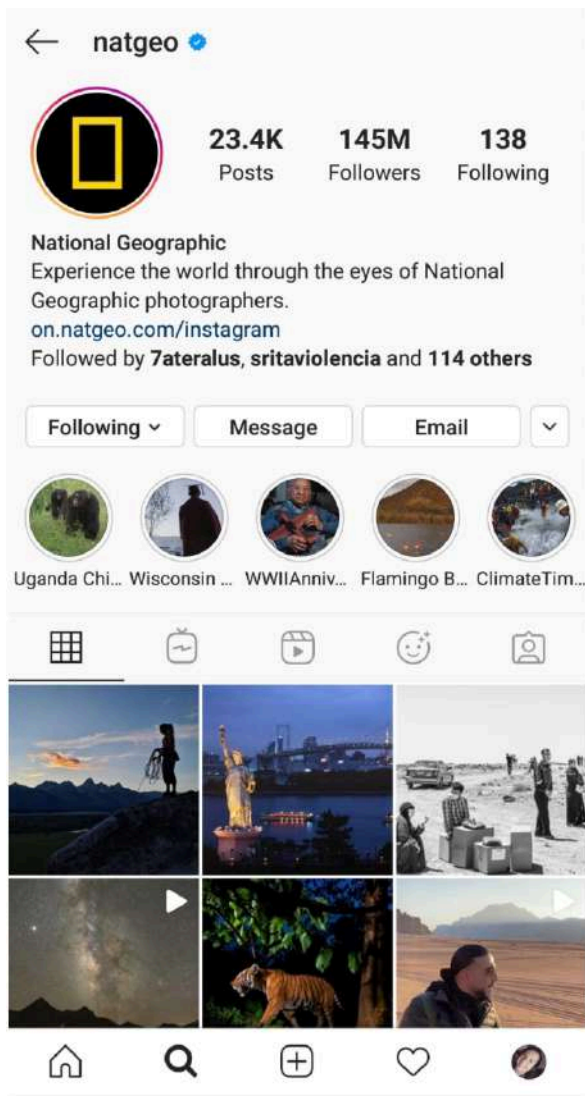


# Contenido Efímero

Los stories de Snapchat, Instagram y Facebook son los reyes del contenido efímero. La mayoría de las marcas se están aprovechando de este éxito y tienen estrategias definidas en contenido efímero.

Esto deber ser casi obligatorio en los planes de mkt dig.

Tener stories que aparecen en la parte superior del feed de tus seguidores **ayuda a mantener tu marca presente en sus mentes**. Hay 250 millones de stories diarios. Por tanto, necesitas trabajar la forma de hacer que la tuya sea decisiva.



# TIK TOK



**TikTok sacude el  
"statu quo"**

## **TENDENCIA 3**

**El ascenso meteórico de una nueva red aporta información muy valiosa sobre el futuro de la cultura, el contenido y la colaboración en redes sociales**



**TENDECIAS  
DE  
CREATIVIDAD**

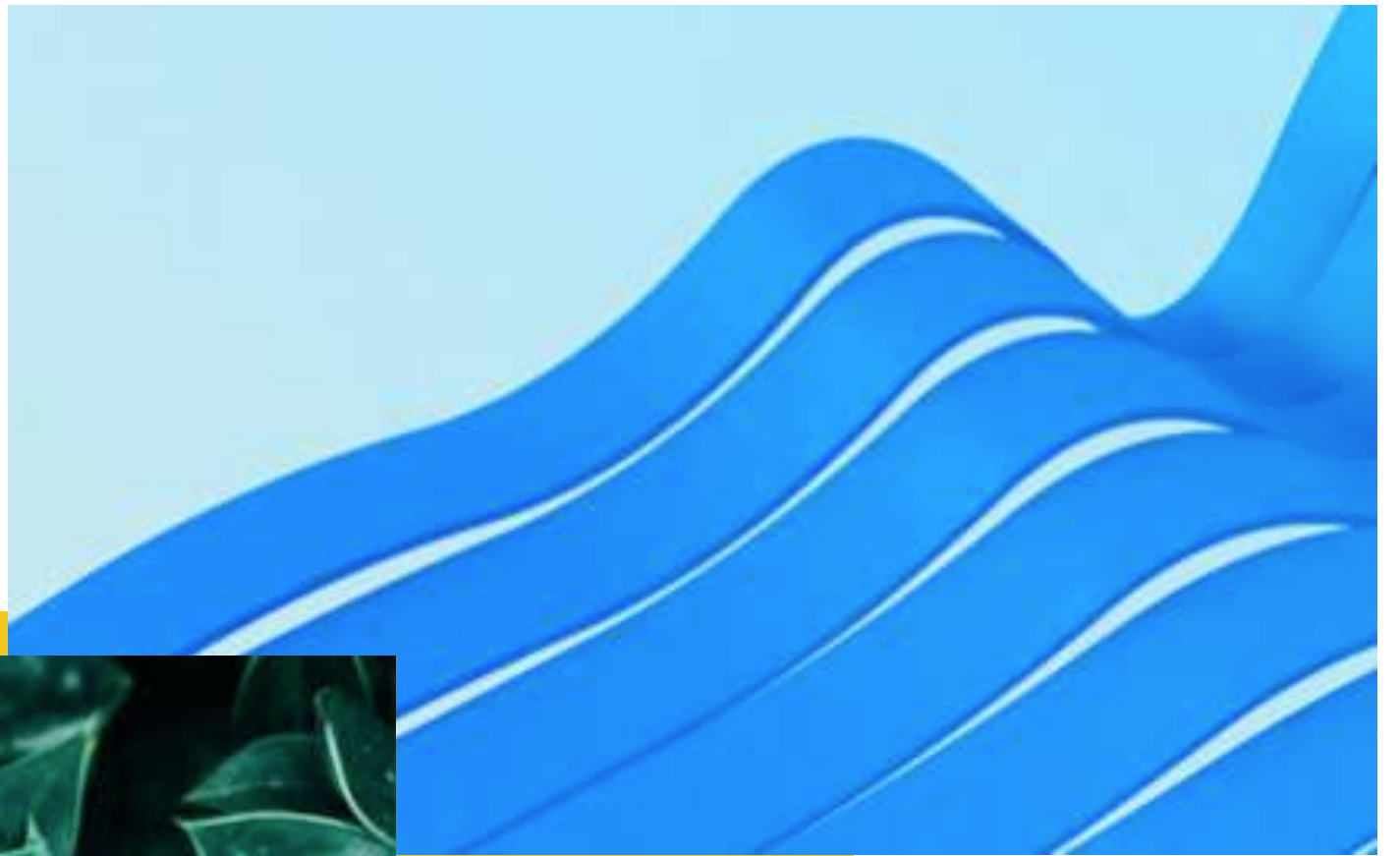


# NEON / RETRO



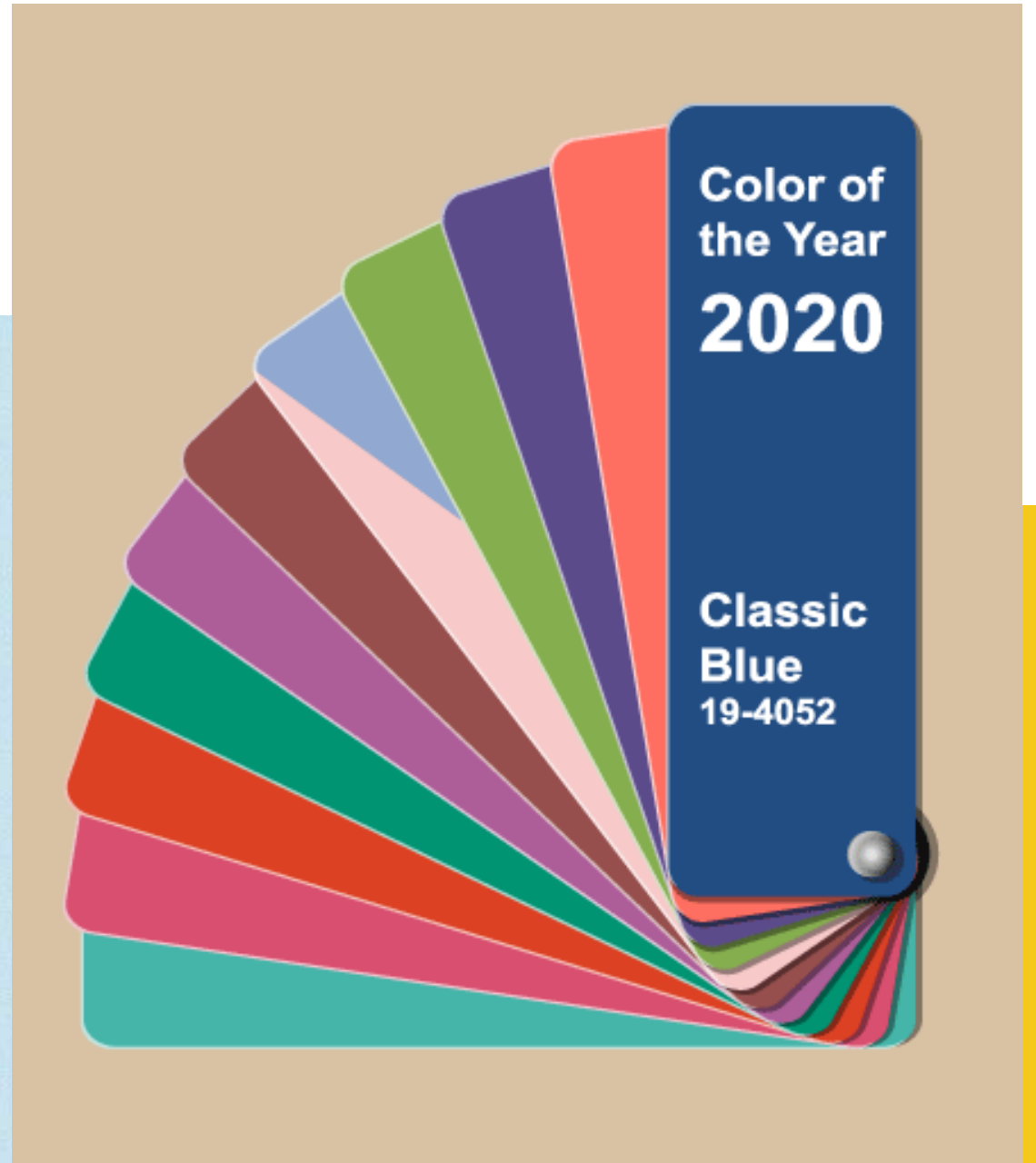
# Graffiti

# TRUE BLUE



# VERDE

# COLOR DEL AÑO





Color of  
the Year  
2019

**PANTONE®**

**Living Coral**

16-1546

A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

**¿PREGUNTAS?**



# **!GRACIAS!**

**15 de sept**– no hay clase, es feriado

