



Un blog de marketing

KELLOGG'S. ESTABLECIENDO OBJETIVOS PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA EXITOSA

INTRODUCCION

Si queremos diseñar una estrategia exitosa, todo negocio necesita tener claro que es lo que quiere alcanzar. Es necesario que conozca cómo hacer sus deseos realidad en a un mercado altamente competitivo. Establecer objetivos y propósitos claros y específicos es un proceso vital para que un negocio sea competitivo. También es importante que la empresa sepa aquello que la hace diferente de los demás en el mercado. En este caso, se estudia la combinación de dichos elementos y nos demuestra como Kellogg se prepara para tener una estrategia exitosa mediante el establecimiento de objetivos y propósitos asociados a su marca tan única.

Una de las herramientas más poderosas que las empresas utilizan es el Branding. Una marca es un nombre, un símbolo o diseño que nos ayuda a identificar uno o más productos de una empresa. La razón por la que el Branding es tan poderoso radica en ese momento donde el consumidor reconoce la marca y esta le transmite información que le ayuda a hacer más fácil su proceso de decisión de compra.

Administrar una marca es parte del proceso conocido como Posicionamiento de Marca. El posicionamiento de un producto o marca es un proceso donde los distintos atributos y cualidades de la marca son comunicados a los consumidores. Cuando el consumidor ve la marca, identifica claramente sus cualidades y atributos de las demás marcas. En este caso, veremos cómo los objetivos y propósitos han sido usados para crear una estrategia que ha garantizado a Kellogg tener un posicionamiento privilegiado en la mente de los consumidores.

EL MERCADO

El Mercado de los cereales listos para consumir es un mercado de muchos millones de dólares alrededor del mundo. Generalmente en los países donde participa como marca Kellogg goza de un liderazgo superior al 40% en la categoría. La empresa ha desarrollado una gama de productos para los distintos segmentos del mercado, que incluye más de 39 marcas de cereales al igual que distintos tipos de barras de cereales. Los consumidores de cereales generalmente perciben a Kellogg como una marca de alta calidad, y como líder goza de una posición privilegiada en el mercado, con un alto nivel de confianza de los consumidores hacia sus productos.

ESTABLECIENDO OBJETIVOS Y PROPOSITOS

Hoy día, la decisión de tener una dieta balanceada es muy importante para los consumidores. Hoy más que nunca las personas están adoptando un estilo de vida en el que los alimentos que ingieren y las actividades que realizan, contribuyen igualmente a mantenerlos saludables. Investigaciones realizadas, tanto primarias como secundarias han ayudado a las personas responsables de tomar decisiones sobre la marca, a entender mejor los intereses de los consumidores. Con el propósito de alcanzar esos intereses, los gerentes han entendido que era esencial que Kellogg formara parte del interés público en temas de salud y bienestar. Era necesario para la empresa promover como Objetivo Global o corporativo el concepto de "Vida Balanceada". La gerencia también estaba interesada en demostrar su interés en RSE (Responsabilidad Social Empresarial), y esto significaba que harían esfuerzos por desarrollar un negocio responsable que fuera sensible a las necesidades de los consumidores de Kellogg, particularmente en aquellos temas relacionados con salud.

Todas las acciones que una empresa ejecuta deben responder a un Objetivo General. Este objetivo se expresa en forma de una afirmación o propósito que debe ser seguido por todos los empleados en la empresa. El establecer un objetivo general también ayuda a que personas fuera de la empresa entiendan sus valores y principios. El objetivo general de

Kellogg en este caso estaba definido por la frase “Fortalecer la importancia de un estilo de vida balanceado”, para que de esa forma sus consumidores pudieran entender cómo una dieta balanceada y un programa de ejercicios continuo puede ayudarles a mejorar su nivel de vida.

DEFINIENDO OBJETIVOS DE NEGOCIOS (Específicos)

Una vez que se ha establecido el Objetivo General, los gerentes hacen planes que incluya el diseño de las acciones adecuadas para alcanzarlo. Para que un objetivo sea alcanzado debe ser dividido en varios objetivos específicos cuyas ejecuciones puedan ser medidas con el propósito de ver la forma en que contribuyen a alcanzar el objetivo general. De este modo, cada uno de los objetivos específicos establecidos para Kellogg fue diseñado con el propósito de alcanzar el objetivo general. Los objetivos específicos de Kellogg’s eran:

- Incentivar y apoyar la práctica de ejercicios físicas en todos los sectores de la población
- Enfocar recursos para patrocinar eventos y ejercicios físicos en programas comunitarios para sus consumidores y el público en general
- Incrementar la asociación entre Kellogg’s y los ejercicios físicos
- Usar los empaques de los cereales para comunicar el concepto de “Vida Balanceada” a los consumidores
- Desarrollar etiquetas informativas para los cereales que ayuden a los consumidores a conocer cual es el producto que más conviene comprar para una alimentación balanceada.

Aquellos objetivos que son bien estructurados entran bajo el formato de objetivos SMART. Estos deben ser:

- **E**specíficos
- **M**edibles
- **A**lcanzables
- **R**ealistas
- **T**iempos establecidos para alcanzarlos

Cada uno de los objetivos establecidos por Kellogg cumplía con este formato. Esto involucra que Kellogg sabría exactamente cuando cada objetivo había sido alcanzado. Los objetivos fueron comunicados a todos los empleados para asegurarse que todo el personal estaba de acuerdo en seguirlos y acatarlos como propios. El tiempo realista para alcanzarlos eran tres años. Al hacer esto Kellogg estaba estableciendo la dirección a seguir para colocar el negocio donde quería que estuviese en tres años al futuro.

LA ESTRATEGIA

Una vez establecidos los objetivos (general y específicos), Kellogg inició el proceso de planificación para desarrollar una estrategia y una serie de acciones diseñadas para alcanzar los objetivos generales y específicos.

En el tema de etiquetado informativo de los alimentos, Kellogg introdujo al mercado los “Requerimientos Diarios de Kellogg’s” en sus empaques, que informaban a los consumidores sobre las cantidades de minerales, grasas y otros requerimientos que cada taza de cereal de Kellogg’s contenía. Esta iniciativa prontamente fue adoptada por otras marcas, que claramente reconocieron la oportunidad de ser más competitivos.

Durante muchos años, Kellogg’s ha venido trabajando para incentivar a la gente a realizar ejercicios físicos. Una de estas iniciativas fue empezar a trabajar con distintas organizaciones de natación en los principales países del mundo, con las que se establecieron objetivos de trabajo a largo plazo. Se escogió la natación por ser un deporte inclusive que puede ser disfrutado por las familias, a la vez que es un deporte que puede ser practicado durante toda la vida de una persona. En este proceso, Kellogg se ha convertido en el principal patrocinador de natación en países como Inglaterra donde mas de 12 millones de personas practican dicho deporte de forma regular.

Una cosa lleva a la otra, y así ha sucedido en este tema. El apoyo de Kellogg hacia la natación en Inglaterra logró que se hiciera contacto con [Sustrans](#), una de las principales compañías de transporte. Esta empresa se involucra también en el tema de cómo incentivar a las personas a que puedan transportarse de forma más natural sin crear contaminación al

medio ambiente y es la coordinadora del programa de transporte en bicicletas, cuya ejecución ha generado más de 10,000 millas de aceras peatonales y rutas para el transporte en bicicletas a través de todo Londres.

Para alcanzar su objetivo de incentivar y apoyar la práctica de ejercicios físicos, Kellogg desarrolló una promoción que obsequiaba un Ciclómetro gratis por la compra de productos específicos.

Caminar siempre ha sido una de las formas más fáciles de transportarse para las personas y a la vez, cuidar de su salud. Para incentivar a que la gente camine más Kellogg regaló un Podómetro por medio de la compra de un cereal All Bran de tamaño regular, para que las personas pudieran medir la cantidad de pasos que daban diariamente. El resultado de esta promoción fue que más de 500,000 podómetros fueron reclamados por consumidores. De investigaciones de mercado realizadas después de que culminó la promoción, cerca del 70% de consumidores comentaron haber usado el podómetro para caminar cada día un poco más.

Otra iniciativa ha sido la creación de eventos como la Gran Caminata Corn Flakes de Kellogg's que recaudó más de un millón de dólares en concepto de peajes de participación, cuyo monto fue donado a favor de causas benéficas. Para involucrar a otras marcas, se creó también el "Special K 10,000 Step Challenge" para incentivar a las personas a inscribirse y caminar al menos 10,000 pasos.

Kellogg también se ha involucrado en crear un amplio rango de programas comunitarios en el Reino Unido. Por ejemplo, apoyar a la fundación "Vida Activa" donde se incentiva para que voluntarios lleven a cabo programas de ejercicios físicos para todos sus miembros en las diferentes áreas donde viven. La organización también ayuda a pacientes de hospitales con clases específicas de caminar o distintos programas de rehabilitación fisio-terapeúticos.

Igualmente, en temas de programas comunitarios, Kellogg hizo alianza con la organización [ContinYou](#) para desarrollar la iniciativa de brindar desayunos gratis. Los desayunos gratis son importantes en las escuelas porque contribuyen a mejorar la asistencia a clases y la puntualidad. De esta forma, Kellogg y ContinYou han servido cientos de miles de desayunos en el Reino Unido cada año.

CONCLUSION

Mediante un estudio realizado por Kellogg como parte de un Estudio de Salud Familiar enfatizaba que una dieta balanceada y la práctica de ejercicios físicos son esenciales para una buena salud integral. Con la ejecución de iniciativas Kellogg demostraba que estaba en el camino correcto de responsabilidad social comunicando su mensaje de "Vida Balanceada" e invirtiendo dinero en campañas y actividades que promovían asociación con el mismo. Para alcanzar el objetivo que el consumidor asociara a Kellogg con una Vida Balanceada, la empresa estableció objetivos medibles. Desarrollo una estrategia de negocio que comprometía a Kellogg a ejecutar iniciativas y generar relaciones con otras empresas.

La clave no fue solamente crear un mensaje que hablaba de un estilo de vida balanceada para sus consumidores. También involucró generar actividades que los ayudaran a alcanzar dicho estilo de vida.