

Matriz de Ansoff

**MODALIDAD DE
CRECIMIENTO**

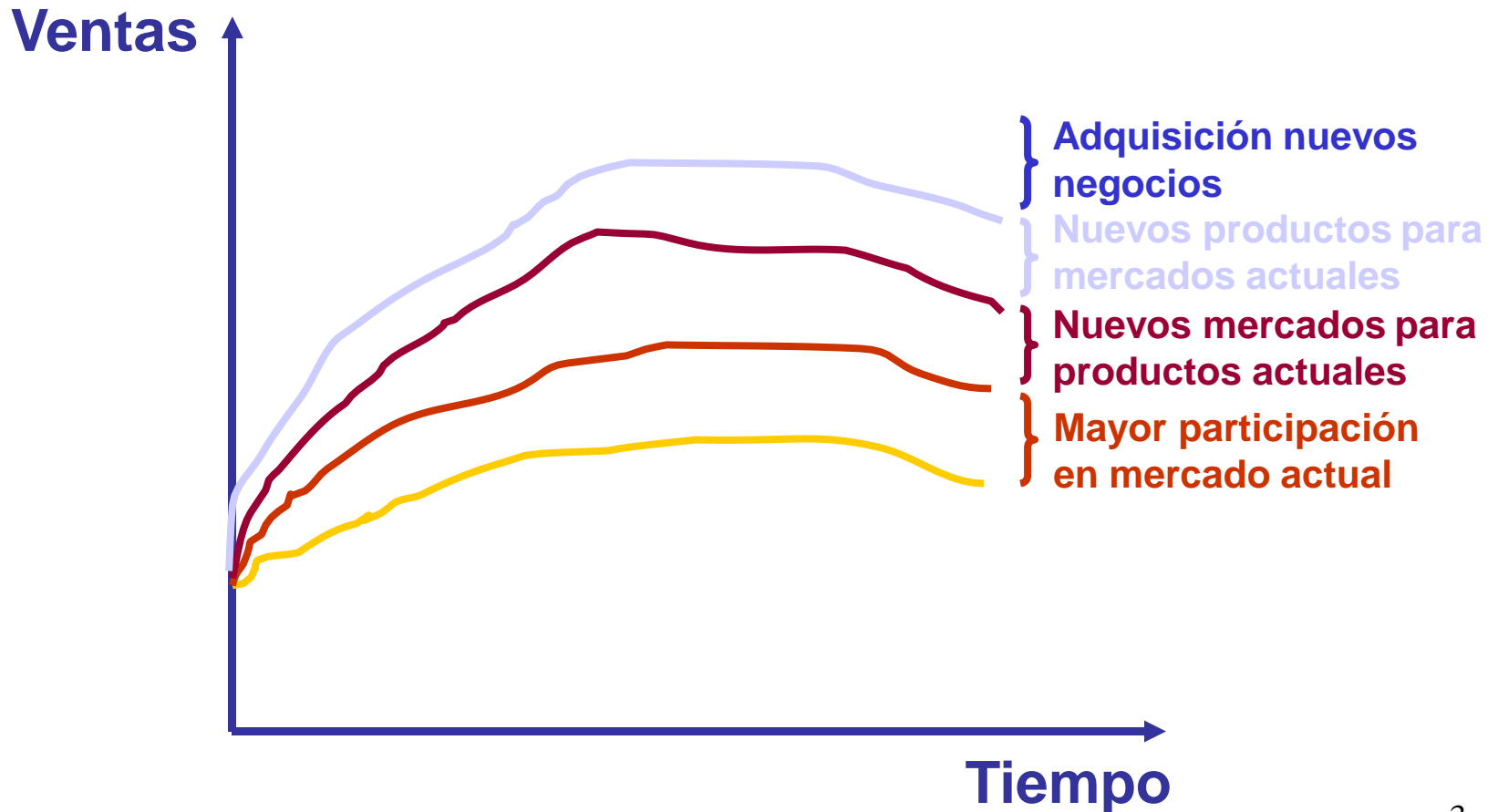
GENERALIDADES SOBRE CRECIMIENTO

¿Cómo aparecen los mercados?



GENERALIDADES SOBRE CRECIMIENTO

Descubrir nuevas oportunidades para crecer



PENETRACIÓN DE MERCADO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	Penetración de mercado	<i>Desarrollo de mercado</i>
Productos nuevos	<i>Desarrollo de producto</i>	<i>Diversificación</i>

*¿Cuál es la dirección que seguirá el crecimiento de nuestra empresa?*⁴

PENETRACIÓN DE MERCADO

¿Cómo incrementar la participación de mercado?

TRES FORMAS

Aumentar frecuencia de compra, o
cantidad que compra por vez; ambas

Atraer clientes de la competencia

Convencer a los que usan sustitutos

DESARROLLO DE MERCADO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	<i>Penetración de mercado</i>	Desarrollo de mercado
Productos nuevos	<i>Desarrollo de producto</i>	<i>Diversificación</i>

*¿Cuál es la dirección que seguirá el crecimiento de nuestra empresa?*₆

DESARROLLO DE MERCADO

Búsqueda de nuevos segmentos

TRES FORMAS

Ingreso a nuevos segmentos:

Cerveza, hombres a mujeres

Utilización de otros canales:

Cafés en tiendas departamento

La venta en nuevos lugares:

McDonalds helados en conos

DESARROLLO DE PRODUCTO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	<i>Penetración de mercado</i>	Desarrollo de mercado
Productos nuevos	Desarrollo de producto	<i>Diversificación</i>

*¿Cuál es la dirección que seguirá el crecimiento de nuestra empresa?*⁸

DESARROLLO DE PRODUCTO

¿A qué se considera nuevo en marketing?

TRES CONCEPTOS

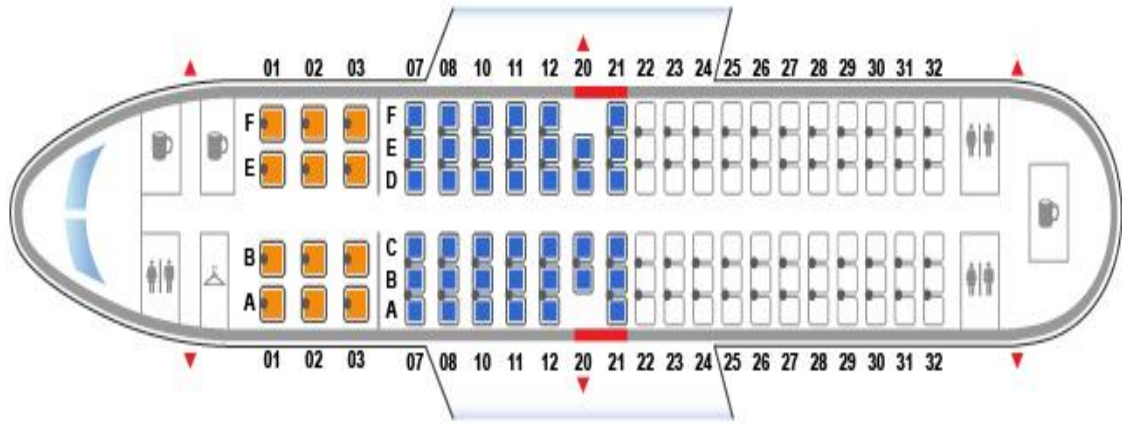
Modificado: cambio superficial de empaque, color, cantidad, etc.

Mejorado: cambio alguna de las Propiedades físicas o químicas

Original: antes no existía, nuevo, radicalmente diferente

Boeing 737-700

- United Business*
- Economy Plus*
- Economy
- In Seat Power
- Exit Row
- Exit Doors
- Lavatory
- Closet
- Galley



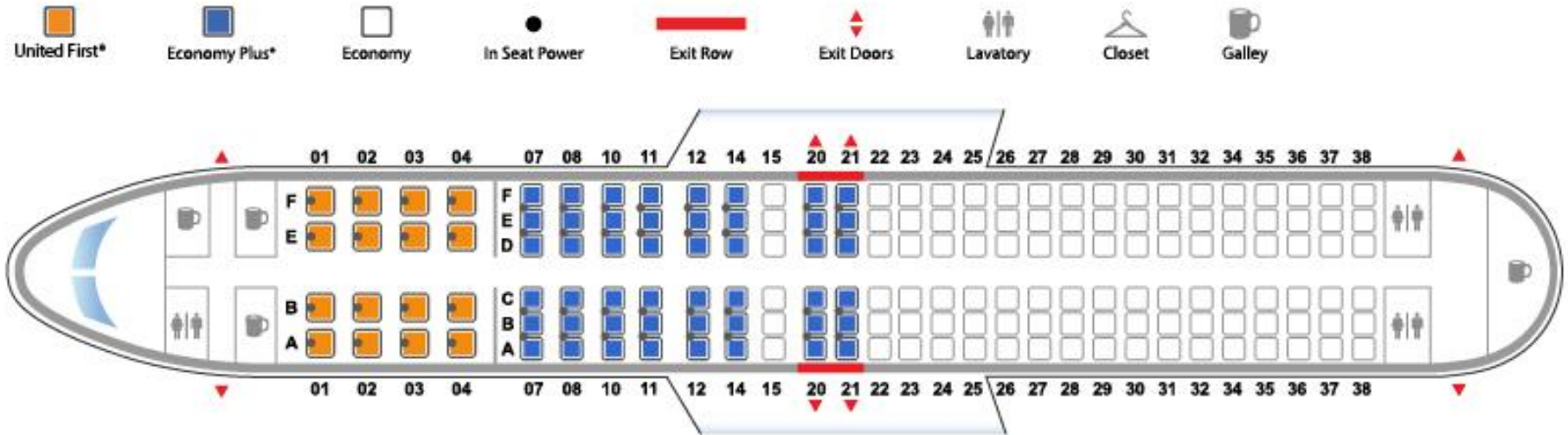
UNITED



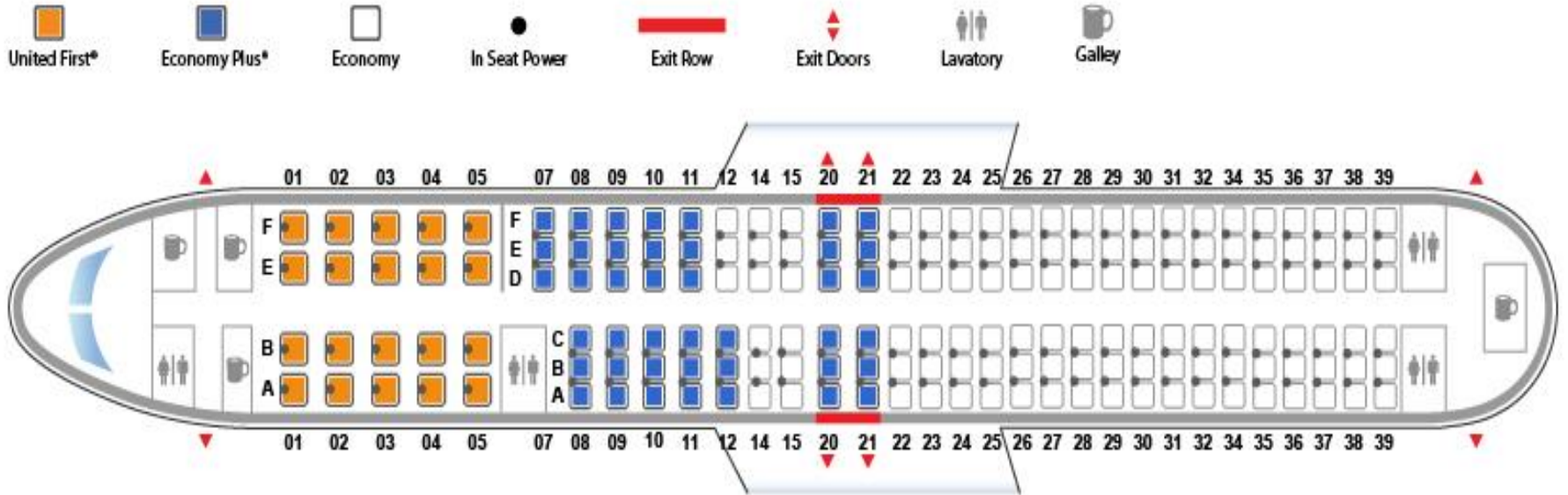
Un blog de marketing

El modelo utilizado para ilustrar la capacidad corresponde a un 737-700 United Airlines

Boeing 737-800



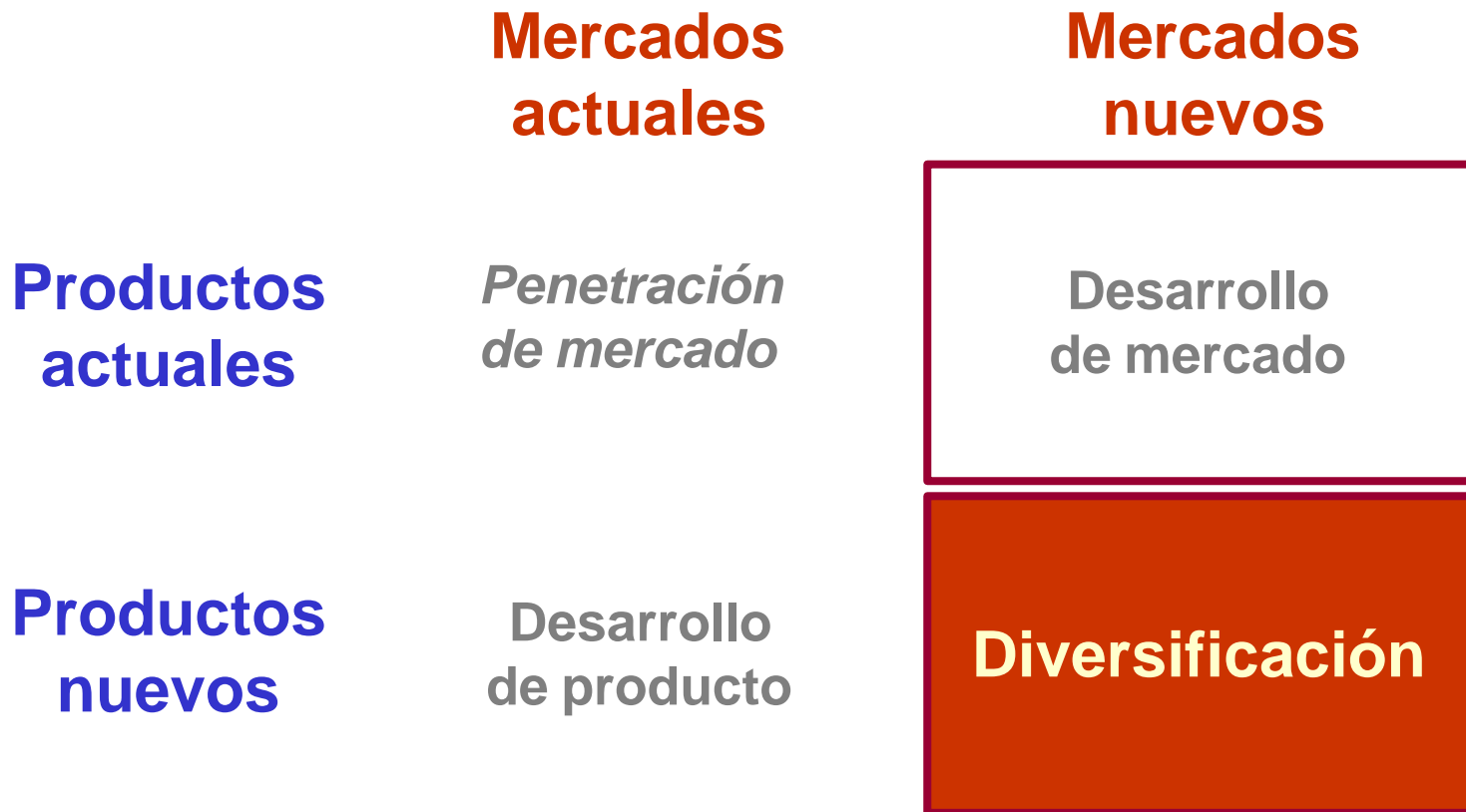
Boeing 737-900



Un blog de marketing

MODALIDAD DE DIVERSIFICACIÓN

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff



¿Cuál es la dirección que seguirá el crecimiento de nuestra empresa?

MODALIDAD DE DIVERSIFICACIÓN

Audacia y mucho conocimiento





Healthy Mc Donalds?

2

