

Conceptos de Producto

Principios básicos de administración
de productos

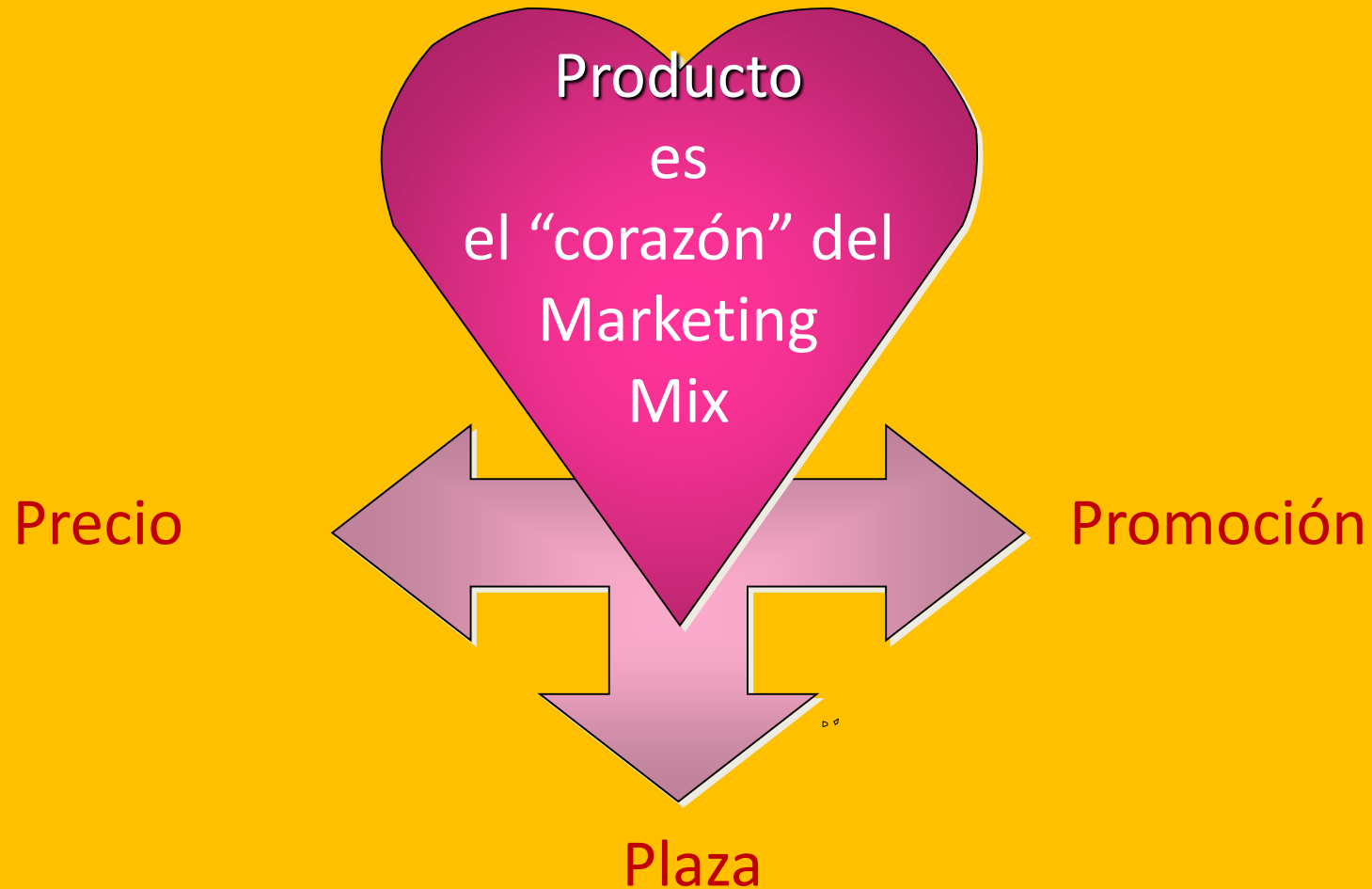


Un blog de marketing

Qué es un producto?

Es un compendio de atributos, que pueden ser buenos o malos, que una persona recibe a cambio de dinero.

Qué es un producto?



Clasificación de Productos

Clasificación de productos

Productos
para negocios

Son productos utilizados para fabricar otros bienes o servicios, facilitar la operación de un negocio, o revender a otros consumidores.

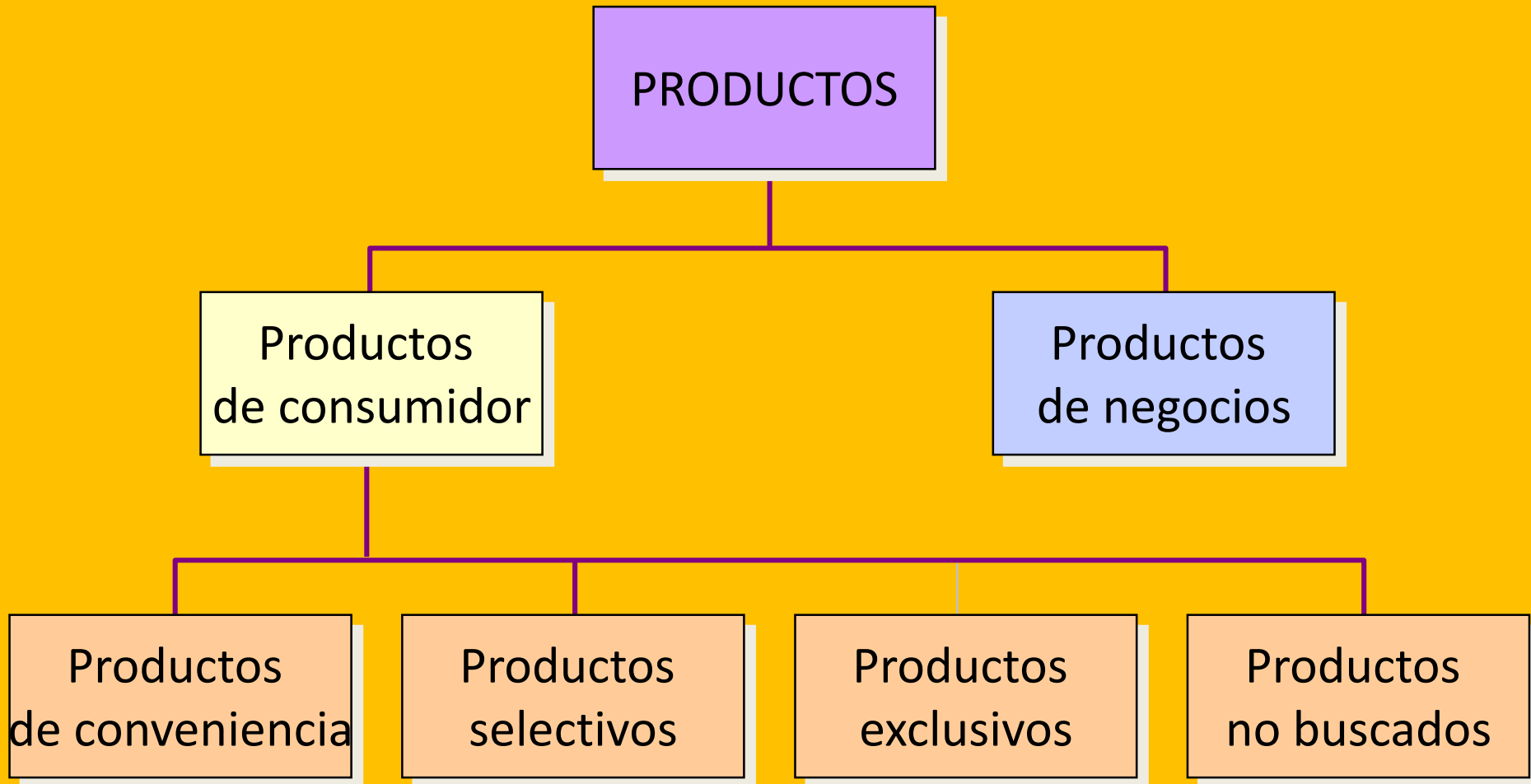
Productos
Para el
consumidor

Son productos adquiridos para satisfacer
Las necesidades personales de cada individuo

Cómo clasificar estos productos?



Tipo de productos para el consumidor



Tipos de productos de consumidor

Producto de conveniencia	Productos relativamente baratos que no necesitan mucho esfuerzo de compra.
Producto selectivo	Productos que requieren compararse antes de comprar, pues son usualmente más caros y se encuentran en algunos lugares.
Producto exclusivo	Productos que los consumidores analizan a profundidad antes de comprar y generalmente no tienen sustitutos.
Productos no buscados	Productos desconocidos por el consumidor potencial o productos conocidos que el consumidor no busca activamente.

Ejemplos de productos del consumidor

Productos (UDN),
Líneas de producto & Mezcla de
productos

Producto (UDN)

Productos como unidades de negocio (UDN) son las variedades ofrecidas dentro de una línea de producto, y generalmente son similares entre sí. Estos productos tienen en común la calidad, el color, tamaño, precio, modelo, desempeño, etc.

Ejemplo de líneas de producto



Ejemplo de líneas de producto



Importancia de las líneas de producto

- ◆ Diversifican el riesgo
- ◆ Ayudan a capitalizar la reputación de marca

Importancia de la profundidad en las líneas de producto

- ◆ Atraen compradores con preferencias diversas
- ◆ Incrementan las ventas/ganancias debido a la segmentación especializada
- ◆ Ayudan a capitalizar economías de escala
- ◆ Ayudan a nivelar los patrones de consumo estacionales

Línea de producto Gillette

Amplitud de la mezcla de productos

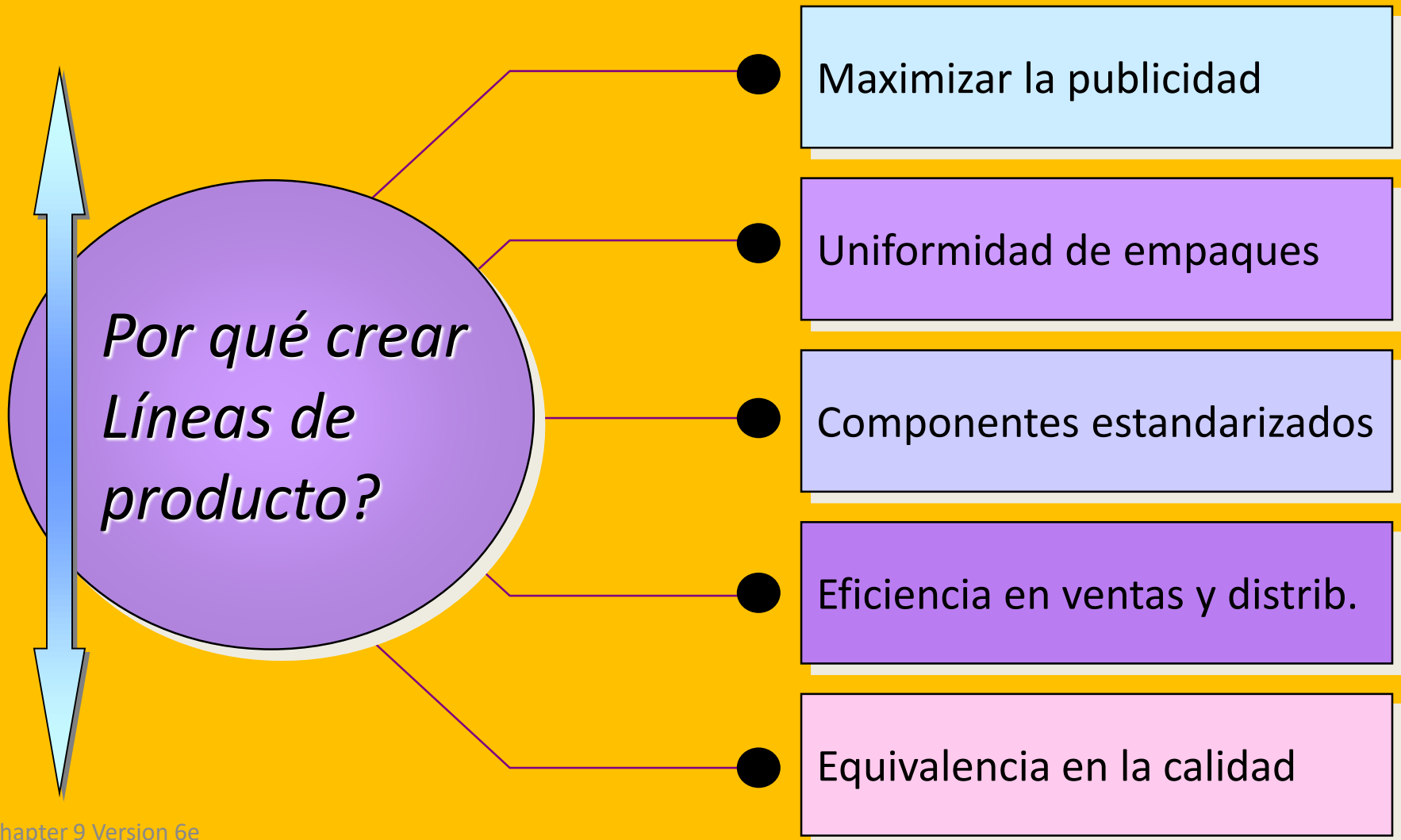


Profundidad de la línea de productos



Navajas y rasuradoras	Higiene	Categoría de escritura	Encendedores
Mach 3	Series	Paper Mate	Cricket
Sensor	Adorn	Flair	S.T. Dupont
Trac II	Toni		
Atra	Right Guard		
Swivel	Silkience		
Double-Edge	Soft and Dri		
Lady Gillette	Foamy		
Super Speed	Dry Look		
Twin Injector	Dry Idea		
Techmatic Brush Plus			

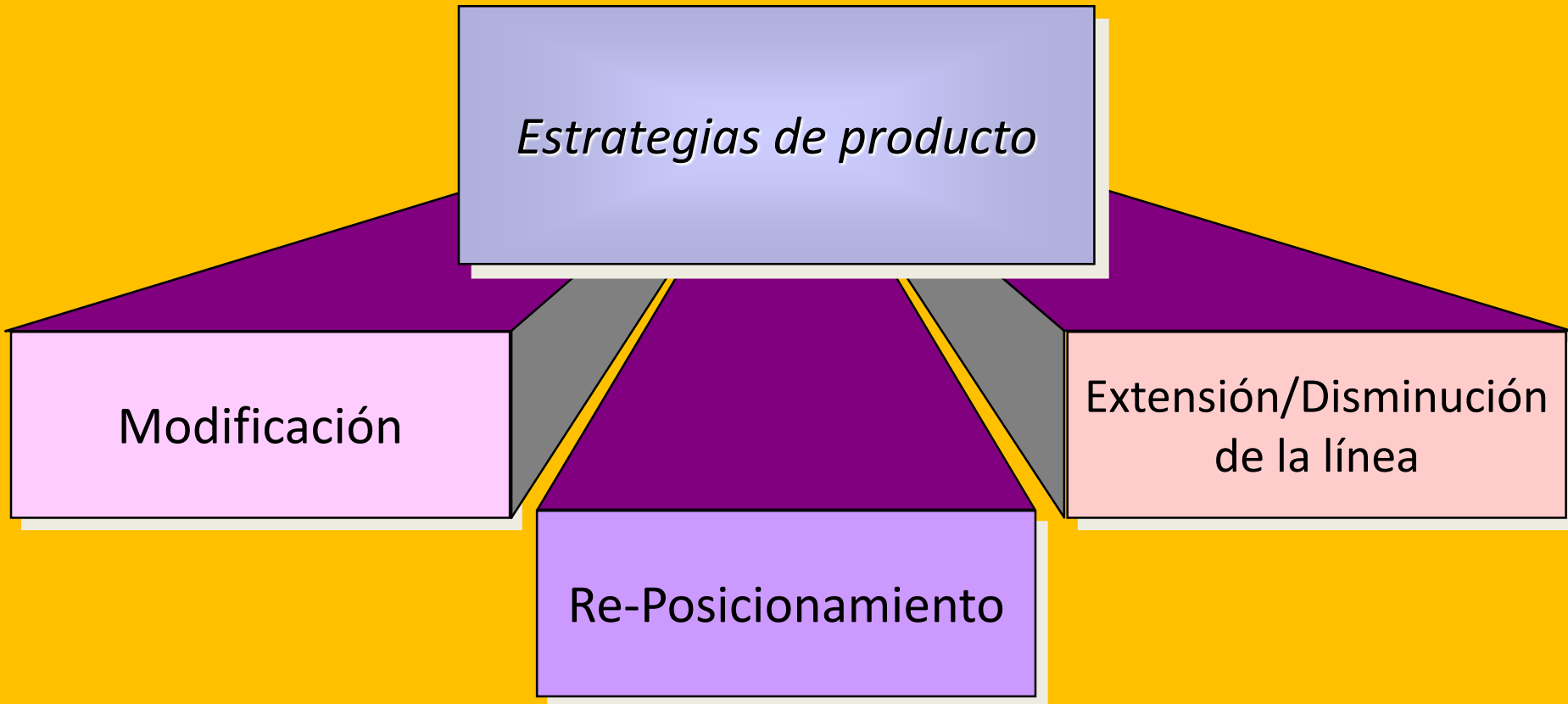
Beneficios de Líneas de producto



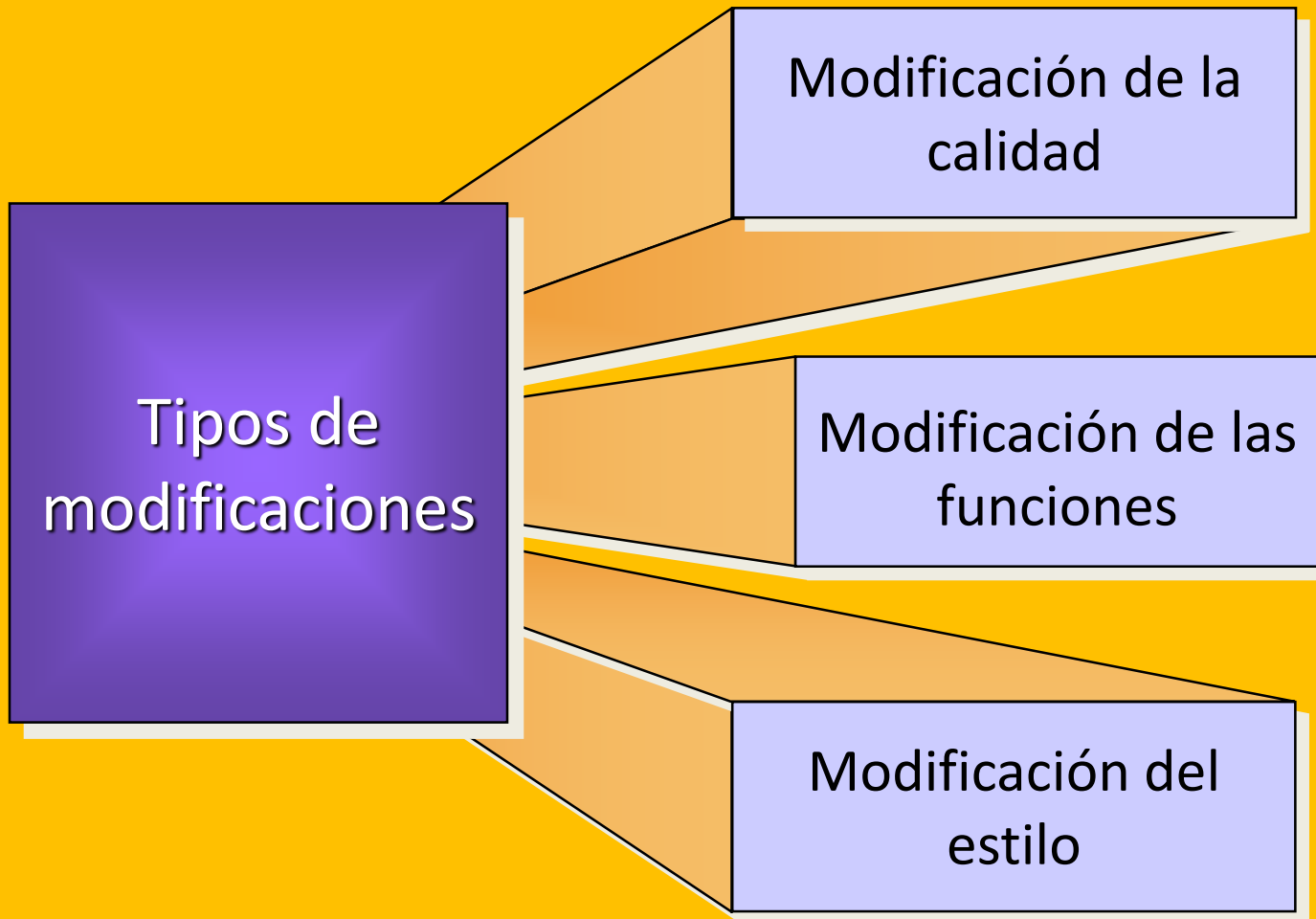
Administración estratégica de productos

Estrategias de producto

Los gerentes de mercadeo deben realizar constantes ajustes para mantener el producto competitivo y garantizar el nivel de satisfacción del consumidor.



Estrategias de Modificación

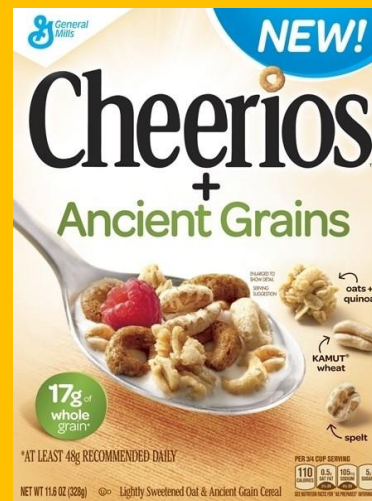


Ejemplos de modificación

Nuevo empaque



Nuevos ingredientes



Nuevos atributos



Productos integrados



Ejemplos de modificación

Nuevo empaque



Ejemplos de modificación

Nuevos
ingredientes



General Mills **NEW!**

Cheerios[™]

+ Ancient Grains

ENLARGED TO SHOW DETAIL
SERVING SUGGESTION

oats + quinoa

KAMUT[®] wheat

spelt

17g of whole grain*

*AT LEAST 48g RECOMMENDED DAILY


PER 3/4 CUP SERVING			
110 CALORIES	0.5g SAT FAT	105mg SODIUM	5g SUGARS

NET WT 11.6 OZ (328g) © Lightly Sweetened Oat & Ancient Grain Cereal
SEE NUTRITION FACTS FOR "AS PREPARED" INFORMATION


Ejemplos de modificación

Nuevos atributos

GENERAL MILLS ANNOUNCES
ORIGINAL
Cheerios
TO GO GMO-FREE



NO, GENERAL MILLS.
YOU MUST VERIFY.



**Why is Trisodium Phosphate
in Our Children's Cereal?**

General Mill says Original Cheerios will be labeled as, "Not Made With Genetically Modified Ingredients," but the boxes will say that trace amounts of GMO ingredients could be present due to contamination.

Cheerios only had trace amounts of GMO to begin with.
ANYONE ELSE SMELL A PUBLIC RELATIONS RAT?



Reposicionamiento

Por qué debemos reposicionar una marca?

Mercado cambiante

Cambios sociales

Ventas decrecientes



Ejemplos de Re-posicionamiento

new
DASANI
DROPS™
flavor enhancer

**Dropping
Nationwide
October 1st**



0 calories per 8 fluid ounce serving



natural fruit flavor

Ejemplos de Re-posicionamiento



Ejemplos de Re-posicionamiento

old



new



Extender o contraer una línea de productos?

Síntomas de una línea de producto con demasiados artículos

- ◆ Algunos productos tienen ventas bajas o canibalizan ventas de otros productos.
- ◆ Las inversiones en publicidad para generar ventas no van en proporción con las ventas obtenidas.
- ◆ Los productos se han vuelto obsoletos debido a la entrada de nuevos productos.

Ejemplos de ampliación de línea

WHAT IS A PRODUCT LINE EXTENSION?



Ejemplos de ampliación de línea



Ejemplos de ampliación de línea



Obsolescencia planeada



Es la práctica de modificar productos de forma tal que aquellos que han sido vendidos anteriormente se conviertan en obsoletos y necesiten ser reemplazados.



Usos de la marca en el Mercadeo

Qué es una marca?

Un nombre, término, símbolo, o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica a los productos de un fabricante y los diferencia de sus competidores.

Nombre	Es la parte de la marca que puede pronunciarse, incluyendo letras, palabras, etc.
Símbolo	Son los elementos de la marca que no pueden pronunciarse pero proveen significado implícito.
Brand Equity	Es el valor de la compañía o las marcas.
Master Brand	Es una marca muy dominante que viene a la mente del consumidor tan solo con mencionar su categoría.

Qué es una marca?

Un nombre, término, símbolo, o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica a los productos de un fabricante y los diferencia de sus competidores.

Nombre

Símbolo

Brand
Equity



Beneficios de crear marcas

Resalta los productos sobre los de la competencia

Crea identificación

Capta nuevos consumidores

Genera ventas repetitivas



Un efectivo nombre de marca ...

- ◆ Es fácil de pronunciar
- ◆ Es fácil de reconocer y recordar
- ◆ Es corto, distintivo, único
- ◆ Describe el producto, usos, o beneficios
- ◆ Tiene una connotación positiva
- ◆ Refuerza la imagen del producto
- ◆ Debe protegerse legalmente

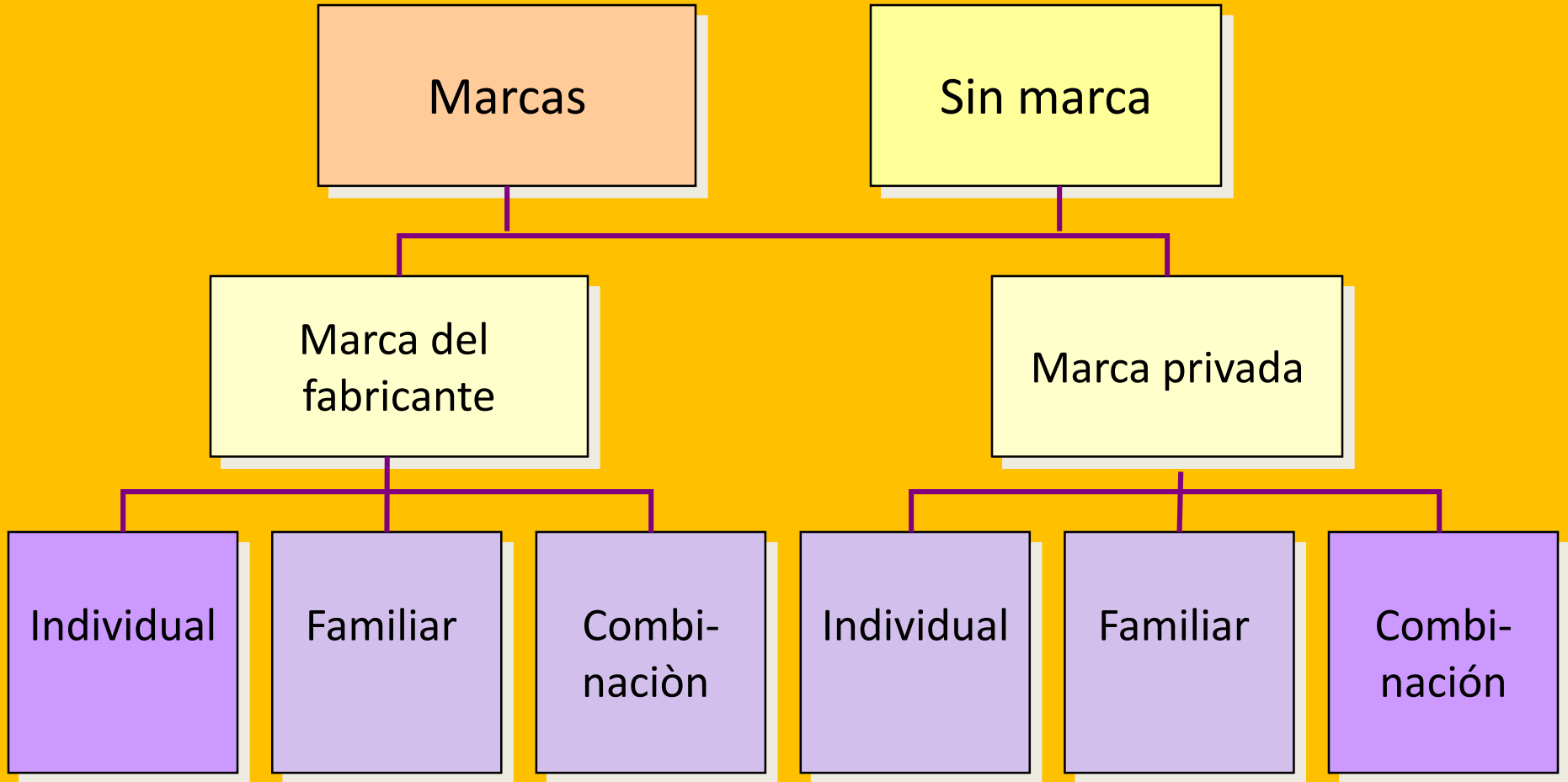
Qué es una marca genérica?



Una marca sin nombre distintivo, que se usa en productos de bajo costo y generalmente va ligado a resaltar la categoría en la que participa



Estrategias de marca



Marca del fabricante o privada?

Marca del fabricante

Utilizan la marca del fabricante y pueden llevar una sub marca.

Marcas privadas

Son marcas creadas por tiendas o mayoristas para competir en el mercado.



Ventajas de las marcas de fabricante

- **Generan lealtad del consumidor**
- **Atraen a nuevos consumidores (amplia distribución)**
- **Van desarrollando prestigio propio**
- **Generalmente rotan más que las marcas privadas**
- **Aseguran la lealtad del mayorista o detallista**

Ventajas de las marcas privadas

- **Generan mayores ganancias**
- **Son más permisibles a bajar precios**
- **Son útiles cuando el fabricante retira alguna marca del mercado**
- **Tienen su propio control de distribución**

Marcas Individuales o Familias?

Marca individual	Consiste en utilizar diferentes nombres para diferentes productos.
Familia de marcas	Se hace el mercadeo de varios productos bajo un solo nombre de marca.

Ejemplos

Marcas Individuales o Familias?



Ejemplos

Marcas Individuales o Familias?

FedEx®
Express

FedEx®
Ground

FedEx®
Freight

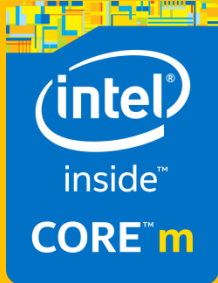
FedEx®
Office

FedEx®
Trade Networks

Co-Branding (Mercadeo compartido)

Tipos de Co-branding

Marca como ingrediente



Mercadeo complementario



Mercadeo compartido



The end