

¿Qué es Mercadotecnia?

Quizás hayas escuchado este término y te puedas confundir con Marketing o mercadeo, la realidad es que tratan de lo mismo, la mercadotecnia es la traducción de la palabra en inglés *marketing* y se refiere a todas las acciones que se pueden hacer para posicionar una marca, a través de diferentes estudios y análisis.

¿Cuál es su objetivo principal?

El objetivo es conocer al consumidor para poder satisfacer su necesidad y que pueda ser el promotor del producto o servicio. Esto influye en el crecimiento del producto y por supuesto, de la marca.

Sin embargo, la mercadotecnia tiene un campo muy amplio, que puede abarcar lo social, psicológico y cultural, con el fin de conocer cómo satisfacer de una mejor manera la necesidad del hombre.

Muchas empresas invierten recursos para fortalecer sus áreas de mercadeo, con el fin de poner en práctica las mejores estrategias para dar [visibilidad de su marca](#) o dar a conocer un producto. La comercialización es otro de los objetivos claves de la mercadotecnia.

¿Qué realiza la mercadotecnia?

Estudios de mercado

Es una de los análisis que se llevan a cabo para conocer el entorno donde se desenvuelven los compradores y vendedores. Se lleva a cabo todo un proceso de investigación que dará luces del target del público o el nicho de mercado.

Una vez que se haga este estudio, se pueden establecer

objetivos más claros y crear toda una estrategia de marketing para impulsar una venta o dar a conocer un producto.



Branding

Estará detrás de todo el manejo que pueda darse detrás de una marca, su posicionamiento, su visibilidad, capacidad de crecimiento y otras oportunidades que se puedan crear a través de muchas herramientas como: diseño de logos, eslogan, canales digitales y todo lo que pueda explotarse para obtener resultados favorables.

No son procesos que se realicen al instante, más bien, forman parte de una serie de acciones con resultados a mediano y largo plazo.

Ventajas de la mercadotecnia

- Es capaz de atraer nuevos clientes y segmentarlos, convertirlos en promotores de la marca o clientes de calidad.
- Puede conocer la verdadera necesidad del cliente, qué lo satisface.

- **Mantiene la marca actualizada**, logrando posicionar contenido de calidad en diferentes **medios digitales**.
- **Es capaz de producir un cambio social**, a través de la promoción de valores e ideas positivas.
- Puede **conectar** al cliente con la empresa.

Tipos de mercadotecnia



Existe una **extensa clasificación** de la mercadotecnia, que dependerá del tipo de estrategia utilizada, el sector donde se desenvuelve y el cliente que atiende, sin embargo, los más conocidos son:

- **Online:** utiliza medios digitales, como las redes sociales y los posicionamientos con [motores de búsqueda](#).
- **Offline:** es más tradicional, puede emplear a la radio, prensa escrita, televisión, eventos sociales.
- **Directa:** se comunica directamente con el cliente a través del uso de bases de datos. Puede mantener contacto vía telefónica, por SMS, entre otros.
- **Indirecta:** es aquella que **se observa de forma sutil en ciertas películas**, series televisivas o mensajes de personajes públicos.

- **Masiva:** intenta que la marca se dé a conocer a la mayor cantidad de personas posible.
- **Neuromercadotecnia:** utiliza técnicas de la **neurociencia** en su estrategia.
- **Ambiental:** busca generar un cambio positivo para el **medio ambiente**.
- **Promocional:** realiza sorteos y descuentos para **llamar la atención del cliente**.