

LAS NUEVE REVELACIONES DEL MARKETING MODERNO

Santo Domingo
Noviembre 2008

Evidencias de Marketing



Evidencias de Marketing



transformaciones no tan evidentes



transformaciones no tan evidentes



De los productos a las marcas

De los mercados de demanda a los
mercados de oferta

La USP (Unique selling proposition) de
Rosser Reeves

La diferencia emocional de Ronnie
Kirkwood

Beneficios, conceptos y valores

Marlboro Friday

día que “murieron”
marcas



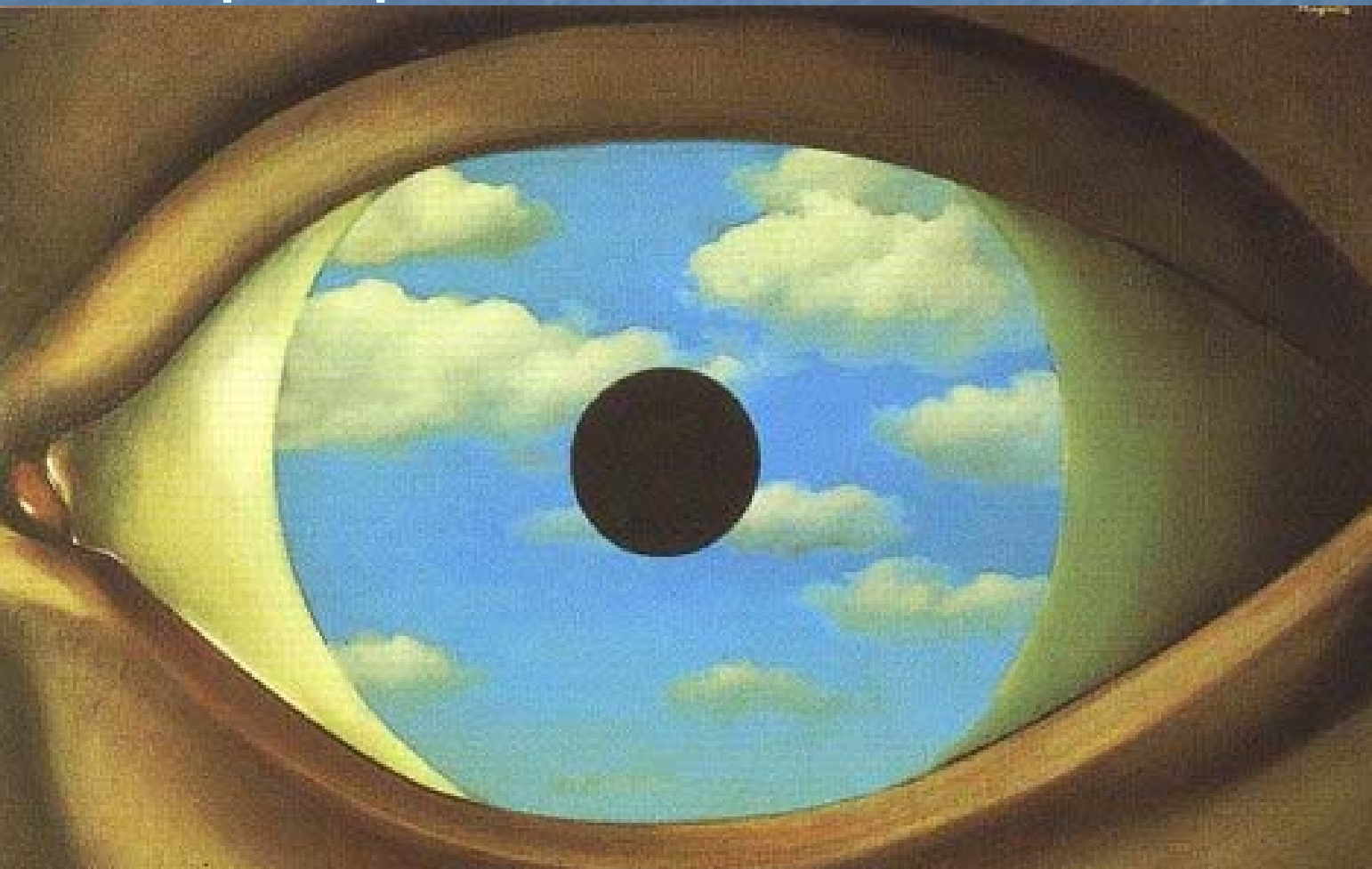
Richard Branson, el espíritu de Virgin



¿Cómo piensan los clientes?



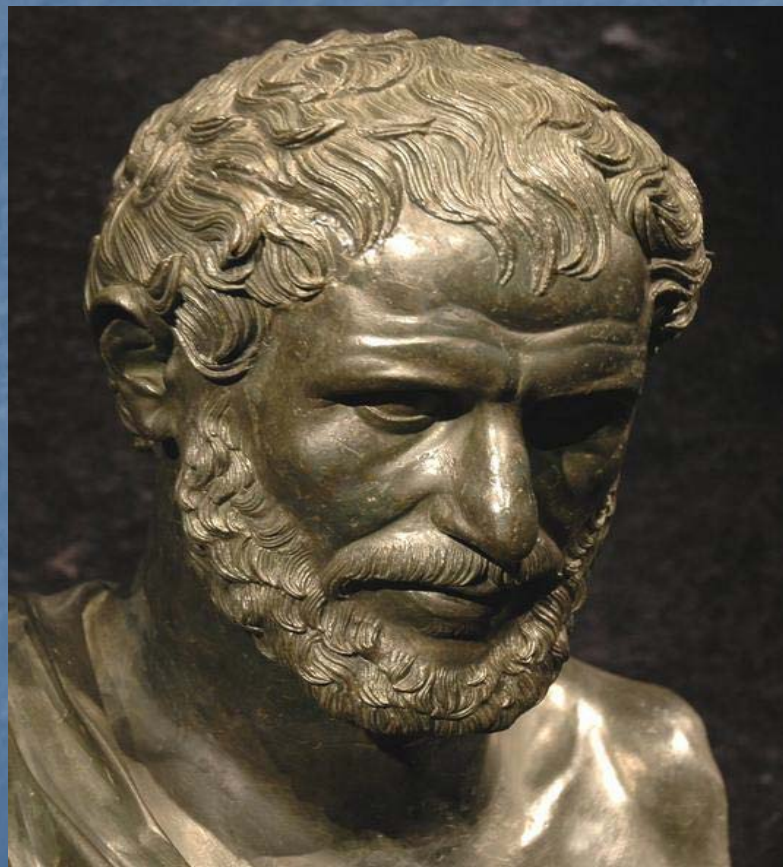
9 revelaciones para descubrir lo que piensan los clientes



LA PRIMERA REVELACIÓN

“Nadie se baña dos veces en el mismo río, porque todo cambia en el río y en el que se baña”

Heráclito de Éfeso
(500 años a.c.)



Hoy más que nunca, la única constante es el cambio



Nuevos productos, nuevos servicios, nuevas formas de venta



LA SEGUNDA REVELACIÓN

" Todo hombre, por naturaleza, desea saber."

Aristóteles
(350 años a.c.)



La necesidad de información crece de manera imparabable



Comment la vache est devenue folle

Elle ruminait tranquillement dans les prés. Donnant du lait et de la viande en quantités raisonnables. Puis vivrent les hypermarchés, la consommation de masse et le food business. Retour sur une folie d'homme.

Le lait est une source précieuse de nutriments. Il est riche en protéines, en lipides, en vitamines et en minéraux. C'est pourquoi il est si apprécié. Mais la production de lait est devenue de plus en plus intensive. Les éleveurs utilisent de plus en plus d'engrais et de médicaments. Cela a des conséquences sur la santé des vaches et sur la qualité du lait.

Episode 1
Le productivisme débauche

■ Au début du siècle, la production de lait était artisanale. Les éleveurs produisaient pour leur consommation personnelle et pour celle de leur famille. Mais avec l'industrialisation, la production de lait est devenue de plus en plus intensive. Les éleveurs utilisent de plus en plus d'engrais et de médicaments. Cela a des conséquences sur la santé des vaches et sur la qualité du lait.

les cosmétos

Bio

sont-ils bio ?

LE BIO EN SON TOUTER: LES LIÈGES ET LE BLEU DE PRUSSE EN PLUS DE MEILLEURS ACHETÉS SA CHÈRE DU NON BIEN-PRODIGES DANS UN BINGELAN BIEL-ESPÈCE. BIEN-ILLEMENT UN GAGNE DE CLAUDE. SPANICOLITE ET DE AS-SUPRÉS DES JUANES PRINCIPES FONDAMENTAUX DE L'ÉPURT DU BIO ? LA RÉPONSE S'EST BIEN DÉMONSTRÉMENT.

Zoom
sur diversités végétales et animales dans les cosmétiques

Zoom
sur diversités végétales et animales dans les cosmétiques

INTERNET 2.0

Información
compartida:
Wikipedia, Blogs



The screenshot shows a web page titled "ECML Blog Brainstorm". At the top left, there are four circular icons representing the letters E, C, M, and L. Below the title, it says "Page 1 of 8". The main content area features a post by "peter ford" dated "07 June 2006 • 17:30" with the title "World Cup Fever!". The post text reads: "I'll be back in Graz in Austria tomorrow to begin the evaluation of the ECML blogging project. Many things to explore but what about the potential of the World Cup for the ECML Blogs. Most students have stopped blogging but perhaps it is not too late to get some cross-cultural commentary on the tournament. I wish I had thought of this earlier. What do you think?". To the right of the text is a photograph of the FIFA World Cup trophy being held by several hands. On the left side of the page, there is a "community" section with a list of links: "ECML Bloggers!", "ECML Workshop", "English Blogs", "Les Blogs Français", "Our Guests", and "Technical Corner". At the bottom left, it says "not logged in" and "Account name:". At the bottom right, there is a "comments [2]" link.

LA TERCERA REVELACIÓN

*"Lo importante es
participar"*

Barón Pierre de
Coubertain
(1863-1937)



Internet 2.0 - Redes sociales



Dejar que el usuario intervenga en el proceso



SHARE YOUR IDEA

The future of mobile communication belongs to all of us. That's why we want to hear your ideas! Just tell us how we will communicate in the future and what nifty accessories should pop up. Anybody can win one of five advanced Nokia 7710 smartphones we're giving away to the ideas with the most votes.

SUBMIT YOUR THOUGHTS AND WIN A NOKIA!

prize for Club Nokia members: 5 Nokia Digital Pens!



Write a Priceless® Ad
You fill in the blanks, we'll air the best one.

Bring Firefox to life.

vous pourriez être une **star!**

complete à rebours
30:14:02:06

WASHY MEDIA GROUP PRESENTS
you make THE COMMERCIAL

SPONSORED BY
L'ORÉAL PARIS



Save water. Savour the taste. Make it clean with **Electrolux** in 2020.

air wash

Search & wash
Jet Cycles
Temperature
Air Pressure
Load Capacity



showtime wants you

write, rate, & win!

Join an official L Word writer and thousands of fans to collectively script an original episode. **EACH WEEK:**

- Submit, rate and discuss fan-written scenes based on the latest "Scene Mission"
- The week's top-rated scene becomes part of the fanisode
- Everyone has the chance to win **FABULOUS PRIZES!**

It's all **FREE**

Más lejos todavía

LA CUARTA REVELACIÓN

*"Nada se conoce bien
si no es por medio de
la experiencia."*

Sir Francis Bacon
(1561-1626)



Free Trial a
Sony DVD Camcorder
at the Zoo today.

SONY



the no other™

Apple store



Apple store New York



Nike van



LA QUINTA REVELACIÓN

*“El corazón tiene
razones que la razón
no entiende.”*

*Pascal
(1623-1662)*



El teatro de las marcas

Experiencias
emocionales

Atributos y valores de
marca

Empatía



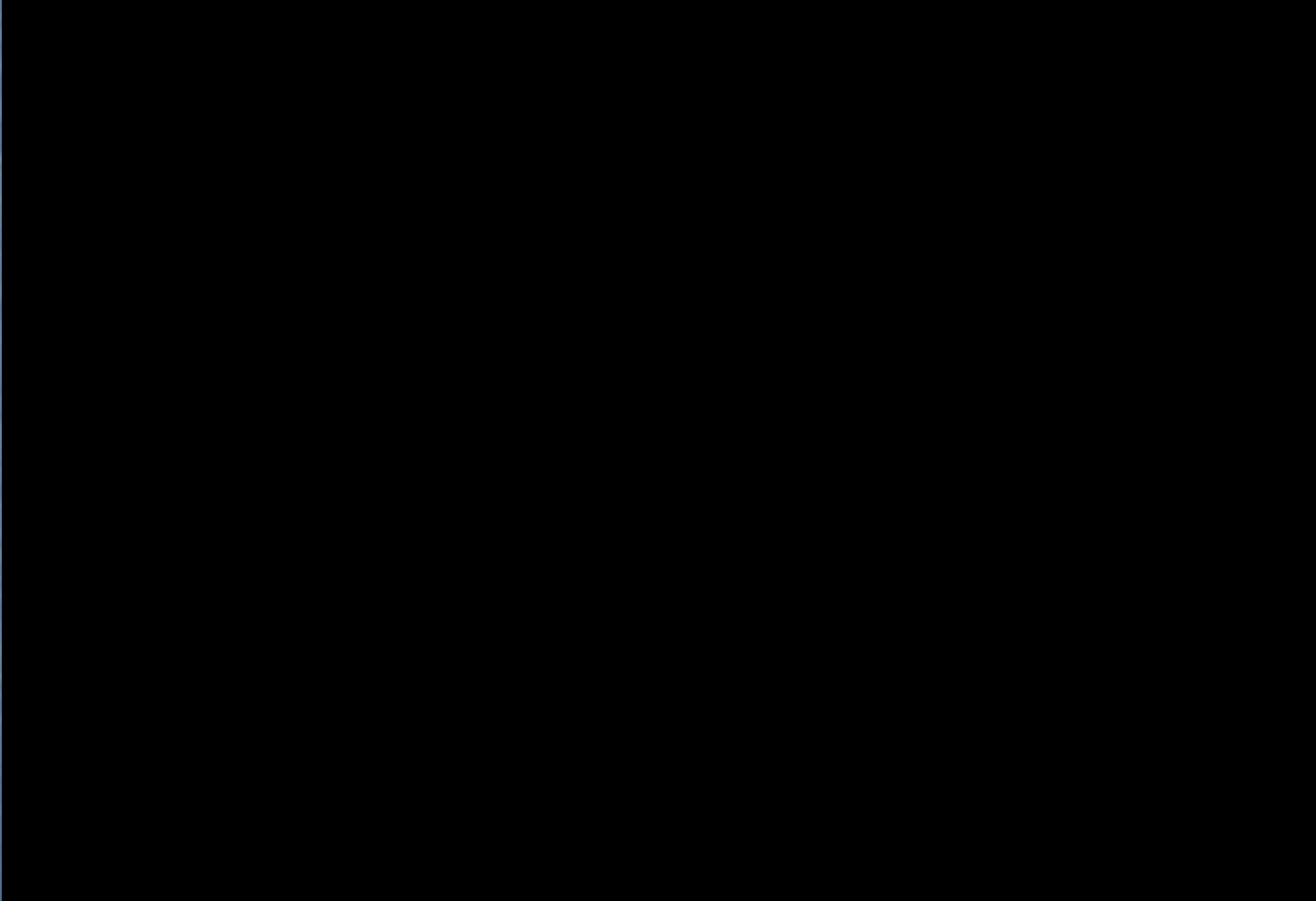
Canal Cutty Sark

CUTTY SARK[®]



shanghai-london since 1870

Videoblog Axe



LA SEXTA REVELACIÓN

“Dios los cría y ellos se juntan.”

Anónimo



«Come poco y cena más poco, que la salud de todo el cuerpo se fragua
en la cocina del estómago.»

REFRANERO ESPAÑOL

Colección de ocho mil refranes populares ordenados,
concordados y explicados por

J. BERGUA

Precedidos del

LIBRO DE LOS PROVERBIOS MORALES

DE

ALONSO DE BARROS

Marketing de aspiraciones



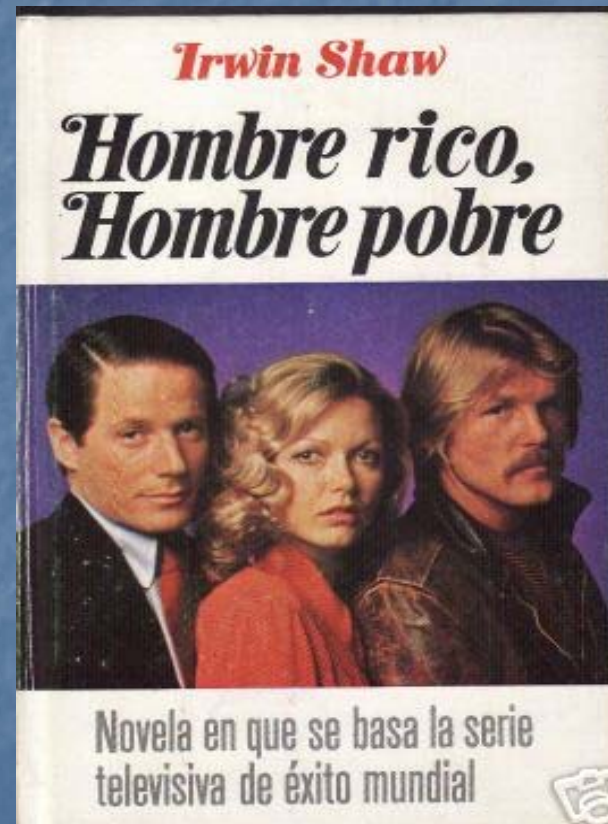
Target por agrupación



LA SÉPTIMA REVELACIÓN

"Hombre rico, hombre pobre"

ABC Network
(1976)



Los nuevos consumidores: el fenómeno del Low Cost



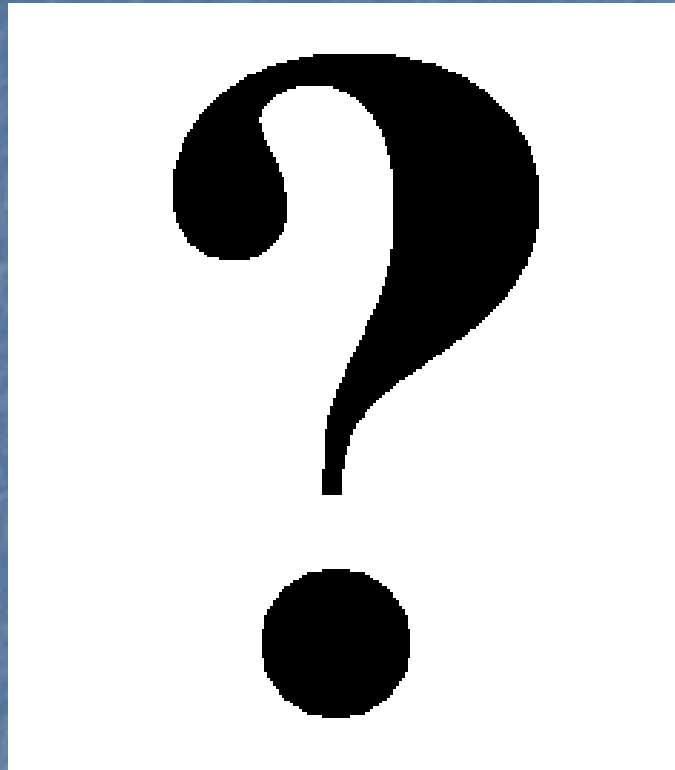
Rotura del status convencional



LA OCTAVA REVELACIÓN

"Lo poco agrada y lo mucho enfada."

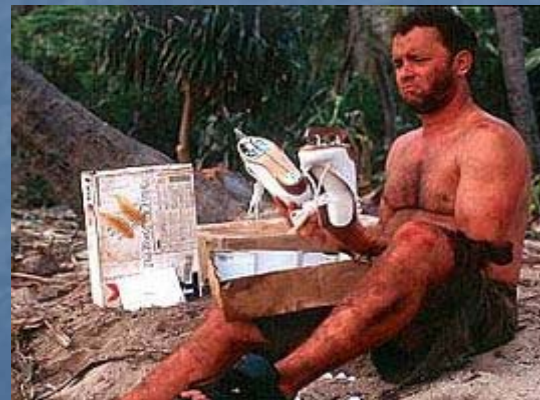
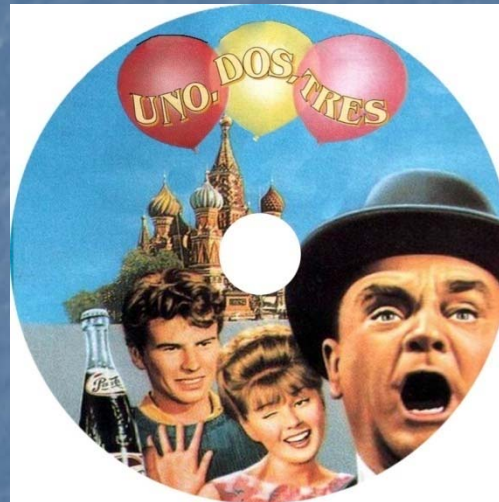
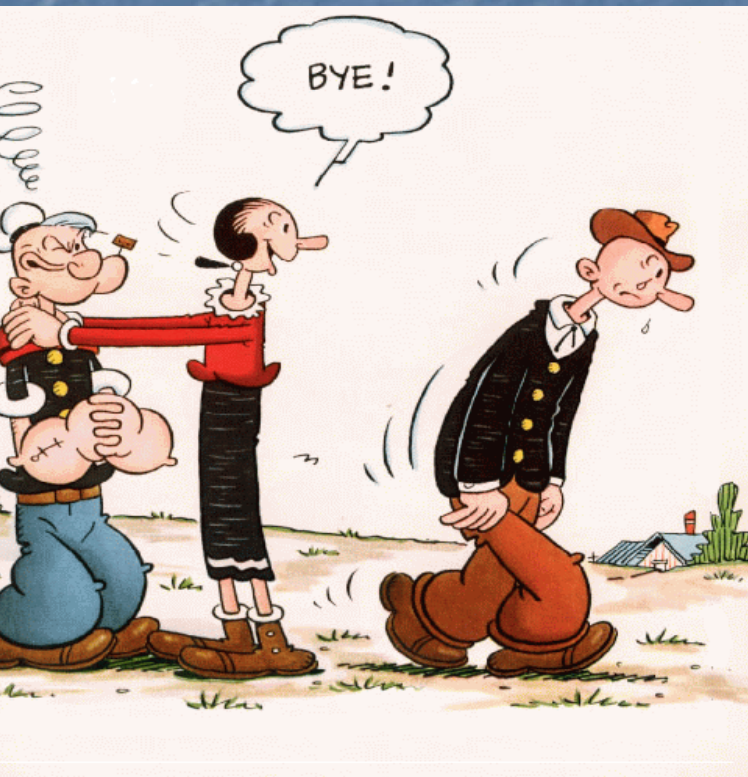
Anónimo



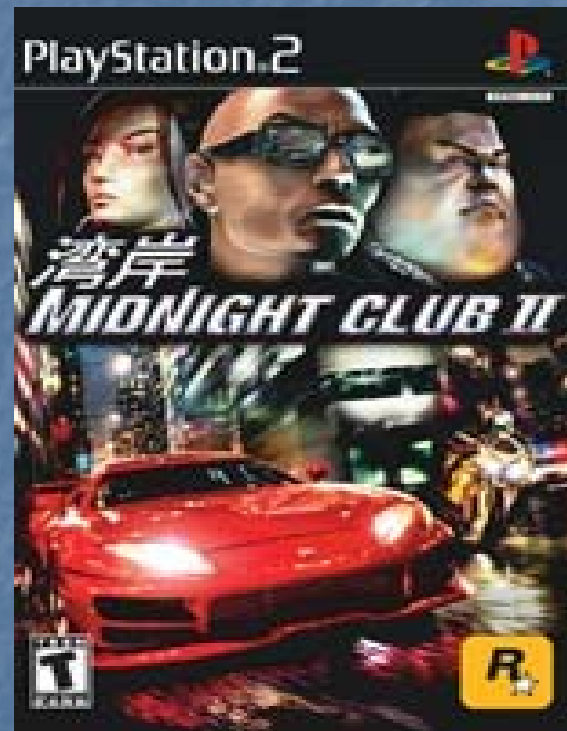
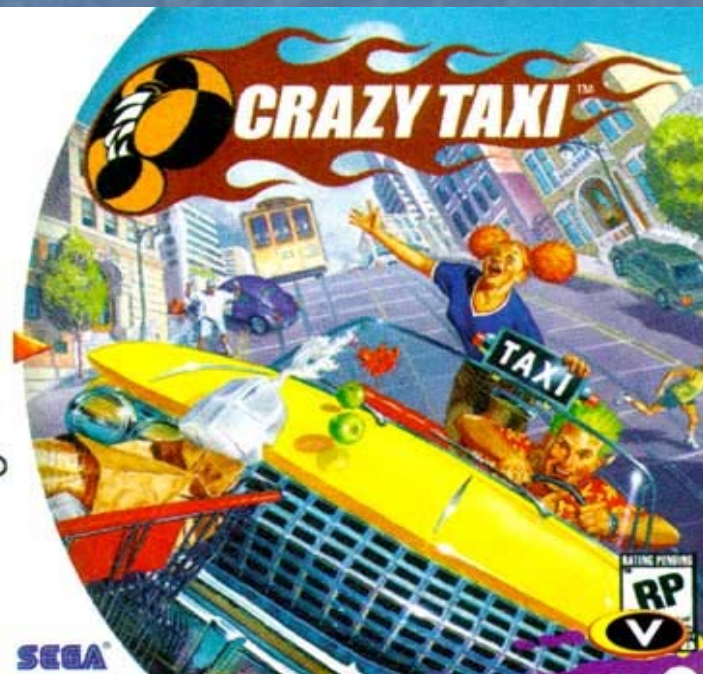
“La televisión apestada”



Advertainment



Advergaming



Engagement Marketing

LA NOVENA REVELACIÓN

“La creatividad es una actitud.”

Agustín Medina



Muchas gracias.

www.agustinmedina.com

info@agustinmedina.com