

MAINLAND

G E S T I Ó N D E L C A M B I O

MARKETING

Marketing

Marketing

Ya no es posible vender todo lo que se produce. La empresa no puede ofrecer lo que crea oportuno, sino aquello que pueda vender, y para ello necesita descubrir previamente las necesidades insatisfechas de los clientes en potencia. Así todos los integrantes de la organización deben ser conscientes de la importancia del consumidor para la existencia, progreso, continuidad y rentabilidad de la empresa:

1. Todas las decisiones que se toman en la organización afectan a la clientela de la compañía.
2. La empresa debe estar siempre alerta ante las nuevas necesidades de los consumidores para satisfacerlas con nuevos productos.
3. Los clientes actuales son cada vez más exigentes.
4. Es preciso medir regularmente el nivel de satisfacción de los consumidores.
5. Es imprescindible un conocimiento continuo del mercado, de sus acciones y de sus reacciones.
6. La competencia cada vez es mayor.
7. La probabilidad de recompra del cliente satisfecho es superior a la del que no lo está.
8. En la actualidad, cada vez más, la clave de la relación con el cliente se encuentra en la confianza.
9. Hay que aprovechar al máximo las ventajas que nos ofrecen las nuevas tecnologías.
10. Es imprescindible establecer prioridades en todas las tareas a realizar dentro de la empresa.



Los procesos de Gestión de Marketing no son sólo para negocios de productos; sino para empresas, instituciones y organizaciones que tienen un prestigio o reconocimiento por su labor. Así mismo es fundamental mediar la receptividad de sus acciones e iniciativas; saber la opinión de la gente o sus Stakeholders

Objetivos

Los objetivos de iniciativas de gestión de Marketing son diversos, de acuerdo a las necesidades de los públicos o Stakeholders y del modelo de organización: comercial, empresarial, institucional.

1. Reconocer los efectos de las acciones e iniciativas de los planes de Marketing a través de sondeos y encuestas focalizadas y generales.
2. Empezar procesos de estudio de mercado orientados a públicos determinados y generales.
3. Monitorear, estratégicamente, los diferentes medios comerciales de difusión; principalmente, los empleados por los públicos objetivos determinados.
4. Estar en sintonía constante con los diferentes grupos de interés o Stakeholders que benefician o refuerzan el plan de Marketing.
5. Retroalimentar a la estrategia de cambios y perspectivas de los consumidores de nuestros productos y servicios a fin de realizar ajustes al plan o emprender nuevos retos orientados a nuevos objetivos.

El objetivo central es llegar a todos nuestros públicos de manera efectiva y estratégica; con una visión prospectiva y empleando la creatividad en el diseño de los canales válidos para cada grupo. Es conseguir estar en contacto con nuestros clientes de manera directa y satisfaciendo en mejor medida sus necesidades y nuevas exigencias.



Nosotros llevamos a cabo cualquier proceso de Marketing que nuestro cliente requiera; desde los diagnósticos, hasta la ejecución de programas de Marketing:

1. Sondeos, encuestas y estudio de mercado
2. Medición de la eficacia de campañas y programas de Marketing
3. Medición de audiencias en eventos
4. Gerencia de eventos
5. Evaluación de la calidad de servicio (orientado a identificar las debilidades de la atención al público que dificultan o afectan la eficacia).
6. Medición de costo-beneficio de iniciativas empresariales.
7. Manejo de medios de publicidad
8. Estudio de factibilidad y presupuesto de planes de Marketing
9. Análisis FODA y Benchmark
10. Web Marketing o E-Marketing
11. Call Center
12. Relaciones Públicas
13. Comunicación Externa



Acción

Buscamos soluciones innovadoras para cada caso a través de una **gestión personalizada**.

1. Contamos con un equipo multidisciplinario en las especialidades de:
 - Marketing
 - Comunicaciones
 - Publicidad
 - Prensa
 - RR.PP
 - Eventos y Branding
 - Gestión de Asuntos Corporativos
2. Contamos con la mejor tecnología para el desarrollo de proyectos de Marketing a través de nuestra plataforma **Extranet** lo que permite:
 - Acceso a una interfase Web con los avances, informes, cronogramas, agendas, y todos los datos del proyecto.
 - Acceso las 24 horas del día los 365 días del año.
3. Siempre innovamos. Contamos con nuestra propia metodología diseñada para lograr resultados efectivos.



Estrategia



La mejor estrategia de Marketing es ser tan dinámicos como el entorno que nos circuye (consumidor o público objetivo):

- Toda acción debe provenir de un análisis previo (estudio).
- Toda acción debe estar acompañado de un seguimiento y medición (análisis de eficacia).
- Todo resultado debe ser medido para determinar su éxito.
- Se debe reconocer claramente a los diferentes públicos y sus motivaciones o necesidades.
- Lo más importante es el control de calidad en todas las acciones de la Gestión de Marketing.
- Visionar los posibles cambios de las tendencias o gustos; o adaptarse rápidamente a ellos.
- Llevar una gestión de Marketing responsable y acorde con la cultura de la organización.

Contactar

Póngase en contacto con nosotros; será un honor formar parte del logro de sus objetivos y su éxito institucional. Esperamos poder contar a su empresa como otro de nuestros importantes clientes.



Telefax: **(511) 225-6544**

Dirección de Proyectos: pro@fbco.biz

Gerencia General: gg@fbco.biz

Sitio Web: www.fbco.biz

Portal **eOpenNews**: <http://www.fbco.biz/mainland/noticias/index.html>

Plataforma Extranet: www.mainlandsystem.com

GRUPO FBCORP
FOUND BUSINESS CORPORATION

www.fbco.biz