



EL PERFIL DE LOS NUEVOS CONSUMIDORES



LOS CAMBIOS SOCIALES, CAMBIAN NUESTROS HÁBITOS DE CONSUMO

- 
1. EL DESARROLLO TECNOLÓGICO
 2. LA GLOBALIZACIÓN
 3. LA INMIGRACIÓN Y LA EMIGRACIÓN
 4. NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN FAMILIAR
 5. LA ESPERANZA DE VIDA



EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. NACE EL OCIO VIRTUAL.

- LA INDUSTRIA DEL VIDEO JUEGO MUEVE MÁS DINERO QUE LA INDUSTRIA DEL CINE
- PERFIL UNIVERSITARIO
- EDAD MEDIA 30 AÑOS
- NETFLIX Y LA TELEVISIÓN A LA CARTA

2. COMERCIO ELECTRÓNICO



3. BIENES Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS

- TELEFONÍA
- TELEVISORES INTELIGENTES
- DOMÓTICA
- DISPOSITIVOS INTELIGENTES.



2. GLOBALIZACIÓN E INMIGRACIÓN

- IRRUPCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS EN EL MERCADO
- PRODUCCIÓN EN CUALQUIER PAÍS DEL MUNDO

OPORTUNIDAD. LA DIFERENCIACIÓN

3. NUEVA ORGANIZACIÓN FAMILIAR

- FAMILIAS MONOPARENTALES
- JÓVENES COMPARTIENDO PISO
- PAREJAS CON DOS SUELDOS Y SIN HIJOS
- LOS NUEVOS JÓVENES: 60 – 75 AÑOS

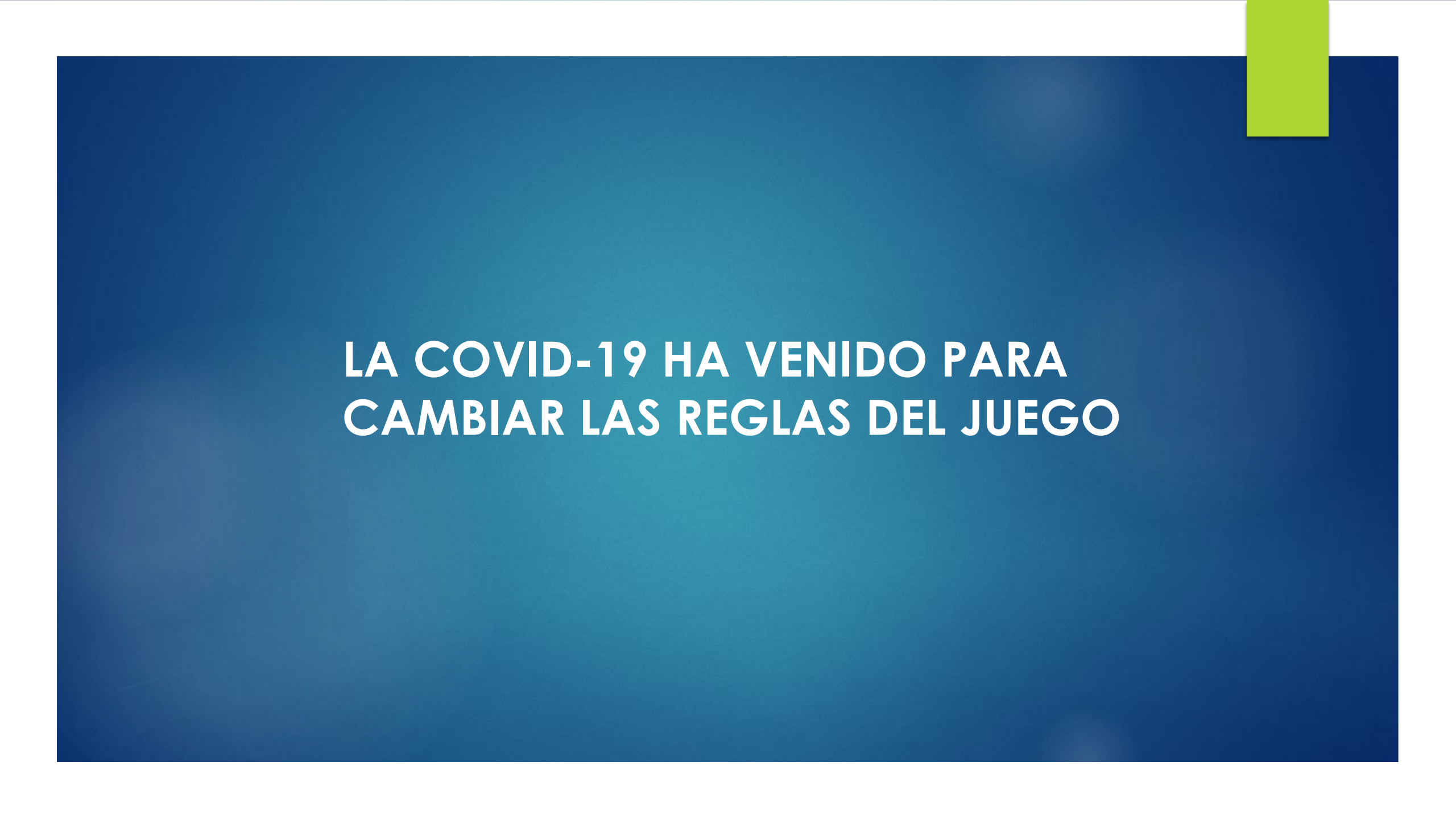
NUEVOS HÁBITOS DE COMPRA

- GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES
- BAJA FIDELIDAD AL CANAL
- ESTABLECIMIENTOS DISCOUNT
- MERCADO ELECTRÓNICO



LAS NUEVAS VENTAS SE SUSTENTAN EN 3 PILARES

- OCIO**
- RESTAURACIÓN**
- COMERCIO**



**LA COVID-19 HA VENIDO PARA
CAMBIAR LAS REGLAS DEL JUEGO**



1. APUESTA TOTAL POR EL COMERCIO ONLINE



2. COMPRAS RECURRENTE Y AUTOMÁTICAS



3. CAMBIO A MARCAS BLANCAS EN PRODUCTOS BÁSICOS



4. PIERDE PROTAGONISMO EL DINERO EN EFECTIVO



**¿QUÉ BUSCA EL NUEVO
CONSUMIDOR?**

- 
1. COMODIDAD
 2. RAPIDEZ
 3. PRECIO



PERO TAMBIÉN BUSCA....

- 
1. PERSONALIZACIÓN
 2. DIFERENCIACIÓN
 3. FLEXIBILIDAD
 4. SENTIRSE REALIZADO
 5. EXPERIENCIAS



**ESTO IMPLICA CAMBIOS EN LA ESTRUCTURACIÓN
DEL COMERCIO TRADICIONAL**

HASTA AHORA EL COMERCIO TRADICIONAL:

- 1. VISIÓN CORTO PLAZO**
- 2. AJUSTE DE LA OFERTA EN FUNCIÓN DE LA DEMANDA**
- 3. VOLUMEN DE MERCADO**
- 4. PRECIO**
- 5. COMUNICACIÓN UNIDIRECCIONAL**



EL MARKETING RELACIONAL Y EL MARKETING SOCIAL



LOS CAMBIOS QUE HAY QUE REALIZAR:

1. VISIÓN A LARGO PLAZO
2. ESTUDIOS Y ANÁLISIS DE MERCADO
3. ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA
4. RENTABILIDAD POR CLIENTES. LIFE TIME VALUE
5. COSTE DE ADQUISIÓN POR CLIENTE
6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
7. COMUNICACIÓN CONTINUA E INTERACTIVA



MARKETING RELACIONAL O COMO CREAR TU PROPIA RED DE CLIENTES

- 
1. IDENTIFICAR A TU PÚBLICO OBJETIVO
 2. CONOCER HÁBITOS DE COMPRA, FRECUENCIA, CUANTÍA
 3. ATRAER
 4. VENDER Y FIDELIZAR: VENTA CRUZADA
 5. SATISFACER: AUMENTO DE PRESTACIONES
 6. CREAR COMUNIDAD



**¿QUÉ NECESITAS PARA IMPLEMENTAR EL MARKETING
RELACIONAL EN TU NEGOCIO?**

- 
1. COMUNICACIÓN CONSTANTE Y CONTINUADA CON EL CLIENTE
 2. DEFINIR UNA PROMESA Y CUMPLIRLA
 3. GARANTÍA Y SATISFACCIÓN
 4. ESTAR AL DÍA: FORMACIÓN, TECNOLOGÍA
 5. EXPERIENCIAS POSITIVAS
 6. FIDELIZACIÓN POR AHORRO. TARJETAS DE FIDELIZACIÓN



¿A QUÉ ESPERAS PARA DAR EL SALTO?

GRACIAS