

EL MARKETING: DISEÑOS DE NUEVOS PRODUCTOS DE CALIDAD

Rodrigo Patoni Rojas.

rodr339@hotmail.com

Lic. Mayra García Govea.

Facultad de Comercio, Administración y Ciencias Sociales (FCACS) de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT)

Resumen: la creación es un factor importante para el desarrollo de la empresa y de sus productos a su vez estos factores pueden ser de vital importancia a la hora de desarrollar el producto también en la etapa de desarrollo de productos se toma en cuenta al consumidor y sus necesidades a su vez también se hace uso de la publicidad y del marketing mix es una importante herramienta para lograr posicionar el producto en la mente del consumidor

Palabras clave: producto, marketing, publicidad

Abstract: Creation is an important factor for the development of the company and its products in turn these factors can be critical when developing the product also in the stage of product development takes into account the consumer and their needs in turn also makes use of advertising and marketing mix is an important tool for positioning the product in the consumer's mind

Key words: product, marketing, advertising

1.-Introducción:

Para comprender realmente que es el diseño de productos tenemos que definir primero lo que son los productos son bienes tangibles o intangibles que se ofrecen a los compradores o demandantes cabe resaltar que también los servicios y las ideas también son productos.¹ el diseño de los productos es un proceso muy complejo pero a su vez también es un proceso con mucha innovación. también al diseñar un nuevo producto se debe de pensar en la calidad de los productos y como afectara en sus ventas o en la percepción que tendrá el consumidor de los productos nuevos .también el diseño de los productos pueden ser materializados de diferentes maneras. También tenemos que diferenciar los bienes y los servicios existen los bienes puros que son productos que no incorporan servicios como por ejemplo algún shampoo, los bienes tangibles con algún servicio esto significa que al comprar un producto con el abra otro servicio como por ejemplo al comprar un auto también se requerirá de pagar por el servicio de mantenimiento ,servicios acompañados de algunos bienes esto se explica cómo al comprar un boleto de avión el servicio es un bien intangible pero también al estar a bordo del avión se ofrece el servicio tangible del almuerzo.²

En esta investigación se plantearan de la siguiente manera en la parte 2 tratare acerca de cómo desarrollar productos nuevos la parte 3 tratara sobre las ventajas del diseño de nuevos productos en la parte 3 tratare el tema de cómo posicionar el producto recién creado y como generar las ventas esperadas ,en la parte 4 se tratara de cómo mantener el producto nuevo en la mente del consumidor, en la parte 5 se tratara de cómo hacer uso de la mezcla del marketing del producto recién creado.

¹ Charles W. Lamb, marketing (mexico: Thompson) pag.308

² Grande Esteban Ildefonso marketing de los servicios(esicl: Madrid,2005) Pág. 26

2. Diseño de nuevos productos

El diseño de producto es parte esencial de la creación de un producto nuevo al desarrollar un producto tenemos un aprendizaje de los objetivos y las capacidades de la organización, esto quiere decir que al diseñar un producto ponemos a prueba todas las capacidades de la empresa. Al diseñar un producto tenemos que siempre innovar y mostrar algo que no exista en el mercado globalizado. De acuerdo con Cooper y press el diseño de productos cuenta con cuatro etapas. Primero se tiene que planificar esto significa que se tiene que investigar cuales son las necesidades de los consumidores y definir la idea, especificación de la idea esto quiere decir que la idea que se tiene la podemos plasmar en un prototipo o boceto para poder visualizar bien nuestro nuevo producto, desarrollo del producto y fabricación del producto una vez desarrollado el producto sigue la fabricación del mismo y también su distribución para su venta. Al final se evalúa si la creación del nuevo producto tuvo la aceptación esperada³

Para coca cola que vende en latas el 60% de su producto en EE.UU el cambio en el diseño de las latas tendrían gran repercusión. para hacer el producto más atractivo al consumidor el diseño del producto se encarga de seleccionar el material con el que se va a fabricar el nuevo envase tiene que tener el tamaño del envase, el color del envase, como se va a sellar el producto. También deben crearlo con la ergonomía adecuada para facilitar el transporte y su consumo.⁴ A su vez el diseño del producto busca resolver los problemas que se tienen al momento de la creación de un producto y también tratar de resolver las necesidades que tienen los consumidores existen la herramienta de packaging a veces el producto tiene un diseño que es identificable por los consumidores que no es necesario diseñar otro producto sino tan solo hay que hacerle pequeñas modificaciones pero a su vez manteniendo su diseño clásico, tan existe el valor de uso que tiene el envase esto quiere decir que la vida útil del producto no termina al consumir el mismo sino que también se puede reutilizar el envase vacío, se tiene que tomar en cuenta al consumidor al momento de diseñar un nuevo producto pensar en sus gustos, necesidades, a veces al momento de crear un producto nuevo y sofisticado que no piensan en como acomodar el producto en los estantes. También se debe de aplicar la ergonomía al diseño de los envases la ergonomía en el diseño del envase busca tener una relación estrecha entre el consumidor y sus necesidades algunas de los objetivos de la ergonomía es la relación que existe entre las sustancias químicas y el envase se debe de probar si el envase es resistente, también se comprobar que el sellado sea hermético y que tan compatible es el envase con el producto⁵

También se debe de identificar que tan fácil es para el consumidor transportar el producto, su consumo que tan fácil es abrirlo almacenar. Al final de todo esto se

3 Gómez Ricardo ibíd. , Aprendizaje Organizativo y Sistemas Complejos con Capacidad de Adaptación,(atenhea:2002) pag.185

4 Cervera Fantoni Ángel Luis, Envase y Embalaje: La Venta Silenciosa (esic 2003) Pag. 49

5 Cervera Fantoni Envase y embalaje: la venta silenciosa (esic2003)Pag.58

realizan pruebas ergonómicas o de manipulación que tan fácil es abrir la tapa del producto, la facilidad al transportar el producto y su transporte, pruebas visuales que tan sugerente es el producto y el alto impacto que tiene el producto en el consumidor final. Existen también pruebas de legibilidad esto consiste en identificar que tan exitosos son los diseños de la etiqueta y finalmente pruebas psicológicas esto se refiere a las sensaciones que tendrá el consumidor al momento de ver el producto y la sensación de ver el precio del mismo.⁶ También al momento de desarrollar un nuevo producto conlleva hacerlo con ética para esto existen ocho leyes o principios que se deben respetar

Octálogo para el desarrollo de nuevos productos número uno no danarás ni pondrás en riesgo a la gente para esto el diseñador del producto debe darse a la tarea de elaborar un producto seguro para el consumidor mediante diversas pruebas de calidad, número dos no dañarás al medio ambiente esto quiere decir que el diseñador tiene que pensar en usar materiales que sean amigables para el medio ambiente en el que vivimos a su vez se debe preocupar de no utilizar materiales contaminantes y que afecten al consumidor final, número tres no enganarás esto quiere decir no crear productos que tengan objetivos que no se puedan cumplir como por ejemplo la cura del cáncer o sida o simplemente prometen bajar de peso de una manera demasiado rápido, número cuatro no reducirás la vida útil del producto a propósito esto significa no reducir la vida útil del producto solo por simples planes de venta sino porque realmente el producto ya terminó su ciclo de vida, el número cinco no hurtar diseños este principio por lo regular no se cumple al cien por ciento ya que algunas compañías espían a la competencia para desarrollar productos nuevos, el número seis no promover falsos valores este principio significa no promover valores ajenos al país donde se quiere introducir el nuevo producto, número siete no discriminar a los consumidores esto quiere decir que el producto nuevo no debe ofender a las clases más marginadas en su publicidad o en el uso del mismo producto, número ocho contribuir al bienestar del consumidor esto quiere decir que el producto realmente satisfaga las necesidades del consumidor con la calidad esperada y con el beneficio que espera el consumidor.⁷

Los gerentes buscan que el producto nuevo tenga una rentabilidad de esta manera así poder así garantizar ganancias seguras y evitar desperdiciar el dinero en un producto que no tenga los alcances esperados. A su vez el diseño de nuevos productos es beneficioso para los países esto significa que en el país donde se diseña el producto se beneficia ya que al momento de diseñar el producto el país muchas veces logra quedarse con las tecnologías de la empresa fabricante y los científicos, los empleados, diseñadores entre otros también logran ampliar sus conocimientos y así mismo poder capacitar a los trabajadores del país. También la tecnología logra un bienestar para el país y para sus habitantes ya que otorga mayor satisfacción y

⁶Cervera Fantoni Envase y embalaje: la venta silenciosa (esic 2003) Pag.59

⁷Lerma Kirchner Alejandro Eugenio Guía para el desarrollo de productos: una visión global (thomson :mexico 2004) pag 208

aumentan su calidad de vida.⁸también se le tiene que dar importancia al consumidor al desarrollar un producto

3.-ventajas y desventajas de diseño de productos

Una de las ventajas es que ofrece un beneficio en comparación con los productos de la competencia en los productos nuevos se puede alcanzar mayores ventas y mayores beneficios.Al momento de crear un nuevo producto siempre conlleva tener ventajas y desventajas al momento de la fabricación del producto de tal manera que siempre se debe de pensar en las desventajas y ventajas del producto y asegurarse de tener una buena planeación para poder evitar errores y poder mantener un nuevo producto con la calidad esperada y así poder ser más competitivos. a su vez también al momento de sacar el producto al mercado se debe de tener en cuenta todo lo que implica y no solo producirlo por simple compromiso sino por ser siempre innovador al momento de pensar en desarrollar el producto .también debemos de pensar en que tan bueno será nuestro producto y como poder mejorar todos los aspectos que podemos tener en desventaja del producto e identificar las principales debilidades y oportunidades que tiene nuestro producto en el entorno competitivo.⁹ Es muy probable que al momento de identificar un desventaja del nuevo producto se tendrá que volver a reestructurar el producto y analizar los materiales con los que se fabrica, la forma del envase entre diversas situaciones. una de las ventajas del diseño de productos es tener un amplio catalogo de productos nuevos y así poder tener más segmentos de mercados y tener una mayor participación en el mismo , también el diseño de nuevos productos conlleva tener una trato amable con los consumidores para así poder tener una mayor percepción acerca de que es lo que le gusta al consumidor ,también tener un buzón con las sugerencias que los compradores puedan externar sus inquietudes acerca del diseño del producto ¹⁰

4.-mantener el producto en la mente del consumidor

El principal objetivo del producto nuevo es que sea recordado para el consumidor y mantener la imagen en la mente del consumidor para así poder tener una verdadera penetración en el mercado y poderlo mantener en el mercado y obtener una verdadera utilidad y ganancias importantes para así poder mantenerse durante mucho más tiempo en la mente del consumidor. A su vez también si el producto es

8 Lerma Kirchner Alejandro E, Desarrollo de nuevos productos : una visión integral,(cengage learning:mexico 2010) pag.7

⁹J. Krajewski Lee, Administración de operaciones: estrategia y análisis, (México: pearson 2000) pagina 224

¹⁰Sánchez Pérez Manuel et al, casos de marketing y estrategia (Barcelona:uoc.2006) Pág.66

recordado por el consumidor se podrá tener una promoción mucho más efectiva y eficaz así mismo se podrá realizar campañas mucho más agresivas contra la competencia. La importancia de la promoción es vital para mantener el producto en la mente del consumidor para esto se utilizaran diversas herramientas como la estrategia de publicidad por ejemplo la publicidad persuasiva busca influir en la consumidores para que adquieran los productos o servicio poniendo especial énfasis en los beneficios como la calidad en comparación con productos de la competencia ,la publicidad comparativa esta herramienta sirve para dar a conocer la calidad del producto y poner especial atención en sus beneficios, y la publicidad de recordatorio busca mantener la imagen del producto en la mente del consumidor esto consiste en seguir anunciado sus productos aunque estos productos tengan una madurez en el mercado. También existen diferentes medios de comunicación en los cuales se podrá utilizar todos los tipos de publicidad uno de los medios más importantes es la televisión ya que la televisión es un medio donde se mezclan imágenes sonidos además de ser el medio que más influencia tiene en la población , los periódicos representan el 20% de los gastos en publicidad ya que el periódico local tiene un difusión y una excelente cobertura en la localidad ,el correo electrónico representa el 18% del total de gastos de publicidad ya que él es la manera en la que la organización puede enviar publicidad a los consumidores incluso esta publicidad podrá ser personalizada según la edad del consumidor o incluso los gustos del mismo, la radio casi el 8% de todos los gastos por publicidad pertenecen a la radio la publicidad en la radio es mucho más barata en comparación con los anuncios en la televisión también se puede segmentar el mercado ya que en las diversas estaciones de radio tocan diversos géneros de música la sea rock, county, musica regional entre otras de esa manera puede elegir a que población se dirigirá la publicidad.

En La figura 4 se muestra el promedio de diseños de productos el 34% se enfoca en las mejoras de los productos, el 23 % se enfoca en aumentar las líneas de productos, el 20 % se enfoca en la creación de nuevos productos estos porcentaje son de vital importancia para el éxito de los productos ¹¹

Para poder posicionar el producto se tiene que saber a qué sector se va enfocar para poder incorporarse al mercado también se debe prestar especial atención en saber si el producto va a poder tener el éxito deseado en ese sector. También se debe de tener capacidad de prueba y observación para poder determinar si al consumidor le va agradar el producto se deben se utilizar las pruebas o herramientas de marketing como el sampling esto significa dar una degustación del nuevo producto y poder conocer si le agrado al consumidor y que es en lo que se puede cambiar también se pueden utilizar personas expertas en la prueba del producto y utilizar su opinión como

¹¹Hoffman Czinkota Principios de Marketing: Y Sus Mejores Prácticas(Thompson: mexico 2007) Pág. 277

una manera de promover el producto e influir en los consumidores para que ellos se sientan confiados en comprar el producto nuevo. Otra opción para que nuestro producto pueda ser recordado por los consumidores es usar el propio nombre como clave distintiva para darse a conocer entre todos los productos. También se incorpora la marca del producto en el producto o en el envase con esto la empresa se asegura de que el consumidor siempre recuerda el producto y la marca del mismo de esa manera siempre se estará en la mente del consumidor.

5.-como hacer uso del marketing mix

Algunos de los componentes del marketing mix son el producto, precio, plaza, promoción, a continuación se explicarán cada uno de ellos con mucho más detalle. En los productos se engloban los productos intangibles o físicos. Los intangibles son servicios que se presta a los consumidores, los físicos son básicamente el producto y todo lo que conlleva el mismo. El producto debe cumplir dos objetivos básicos: el primero es satisfacer las necesidades o deseos específicos de los consumidores, el segundo debe ser capaz de generar la preferencia por el producto o la marca en comparación con los competidores. El producto que no pueda cumplir con estos requisitos puede estar en un alto riesgo de fracasar. Hay cinco acciones prácticas para evitar el fracaso del producto a continuación se explicarán: El lanzamiento de productos completamente nuevos, adiciones de nuevos productos existentes, nuevas presentaciones, tamaños, más cantidad. Reposicionamiento de productos existentes mediante la modificación de los mismos. Mejoras del producto que no impliquen realizar muchas modificaciones al mismo. Reducción de costos para poder hacer frente a los competidores.¹² Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta."¹³

También se debe pensar en cómo hacer llegar el producto al cliente. Esto significa ofrecer el producto en el momento que más se requiere para así poder satisfacer las necesidades del cliente y en un precio justo. El lugar consiste en distribuir el producto de manera eficiente para poder ser distribuidos a los clientes potenciales y poder satisfacer la demanda que tiene el producto.¹⁴

A continuación se dará un ejemplo de la mezcla de un marketing exitoso del libro Harry Potter

¹² Mapcal marketing mix: Concepto, estrategia y aplicaciones Página 9, 11

¹³ Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 63.

¹⁴ Gray Douglas, Donald Cyr Marketing de productos (cuadernos orgánica, España: 1998) Pág. 12

1 Un buen producto. Las tácticas inteligentes de mercadotecnia sólo pueden vender un artículo malo hasta cierto límite. Porque si las expectativas de los consumidores no se satisfacen, al final, las compras reiteradas disminuirán y la publicidad de boca en boca se parará en seco. En esencia, los libros de Harry Potter son buenos y, principalmente, cumplen de manera consistente con lo que los consumidores esperan. A esto hay que agregar una labor de innovación constante.

Figura 5

Un buen producto: Existen diversas tácticas en las que se pueden hacer una de ellas es realizar un buen producto ya que un mal producto será mal visto por los consumidores y se podrá hacer una publicidad negativa por ello se tendrá que trabajar en la realización de un buen producto y cumplir con las necesidades que tiene el cliente y a su vez responder a sus necesidades

2 Una relación emocional. Un producto, negocio o marca no puede convertirse en un fenómeno como Harry Potter sin la participación

primero necesitas contar con una oferta que realmente satisfaga las necesidades de tus compradores. Pero además, ésta debe cumplir con "los tres sentimientos de oro" para ganar la lealtad del cliente: estabilidad, sustentabilidad y seguridad.

Figura 6

3 Mercadotecnia de boca en boca y comentarios en línea. Pregúntale a 100 personas cómo escucharon por primera vez de Harry Potter. Verás que la gran mayoría (si no es que todos) te dirá que supieron de la historia de este mago por otra persona, ya sea por un familiar, amigo o colega.

Por otro lado, aprovechar el poder de Internet como un catalizador para construir mercadotecnia es crucial si quieres obtener éxito. En este caso, los fanáticos siempre quieren saber más de Harry Potter y la Web se convirtió en el lugar donde la comunidad en torno a este personaje puede socializar, crear redes y experimentar la marca a su manera.

Al principio, J.K. Rowling –la autora de esta historia– y su editor en EE.UU. enviaron cartas solicitando la suspensión de actividades a los dueños de sitios y blogs de fans. Pero pronto se dieron cuenta de que permitir que los fanáticos asumieran el control de las conversaciones en los espacios sociales de la red y construyeran la marca ellos mismos era mucho más productivo que tratar de detenerlos. Tú

Figura 7

2. relación emocional un producto como el libro de Harry Potter no se podrá convertir en un producto exitoso de manera sencilla sino que se necesitan satisfacer realmente las necesidades de los compradores debe de ganarse el cariño de los consumidores para poder así ganar su lealtad.

3. mercadotecnia de boca en boca y comentarios en línea: Una herramienta de vital importancia es el uso del internet para poder construir una mercadotecnia exitosa y poder conseguir el éxito deseado incluso también los fanáticos del libro pueden comentar los aspectos que más les gustaron o simplemente dar a conocer cuál es su personaje favorito.



Figura 8

Provocación de mercadotecnia perpetua: esto significa tener al público a espera de nuevos productos de la marca, esto se basa en filtrar información sobre el producto para que los consumidores estén en espera del producto a su vez se mantendrán cada día informados de los avances del producto. Con esto también se garantiza tener una mercadotecnia perpetua del producto obteniendo así un ciclo de vida más largo ¹⁵

Existe también el marketing directo es un diálogo directo a través del cual las empresas establecen una comunicación muy cercana con los clientes potenciales con estos diálogos se espera que los compradores respondan al producto que se le ofrece. Los objetivos básicos del marketing directo es ganar más clientes y mantener la relación con ellos para mantener la compra del producto y que se repita. Las ventajas de usar el marketing directo para el cliente se tiene una mayor comodidad ya que ellos compran sus productos son de venta directa, poder comparar diversas ofertas sin necesidad de moverse de casa. Los beneficios para el vendedor puede lograr que la relación dure por mucho tiempo, podrá planificar el marketing de manera precisa logrando alcanzar el mercado meta que se quiere.

¹⁵López Bernat, La Esencia Del Marketing ediciones upc:Barcelona, pag. 287

CONCLUSION

La conclusión a la que llegue con esta investigación fue que realmente es necesaria la creación de nuevos productos y se demostró que estos mecanismos y teorías son de vital importancia para obtener un verdadero éxito y así poder obtener un éxito verdadero. Así mismo estas teorías son de gran utilidad para poder realizar una campaña eficaz y duradera en el ambiente económico empresarial a su vez se demostró el uso de dichas teorías y herramientas todo lo anterior es de gran efectividad siendo esto un gran verdadero éxito también estas teorías se explicaron de manera práctica. La creación de nuevos producto es un proceso muy complejo para explicar todo esto de la mejor manera y poder lograr un mejor entendimiento en el práctico y en lo teórico. También se explico cada aspecto importante de las teorías a su vez se intento relacionar con otras teorías de igual importancia

