



**lanzadeiras**

**tema 5: mercadotecnia**

**módulo 17**

**produto**



XUNTA  
DE GALICIA



tema 5: mercadotecnia

módulo 17

semana 5 | día 1

lanzadebras



lánzate á aventura de emprender

índice do módulo

### ÍNDICE TEMÁTICO

semana 1 | identidade

semana 2 | persoas

semana 3 | habilidades

semana 4 | estratexia

semana 5 | mercadotecnia

semana 6 | creatividade

semana 7 | xestión

semana 8 | marca persoal

semana 9 | comunicación

### ÍNDICE MODULAR

módulo 17 | produto

módulo 18 | prezo

módulo 19 | praza

módulo 20 | promoción

### ÍNDICE DO MÓDULO

resumo teórico | páxina 04

exemplo | páxina 08

videotutorial | páxina 09

GramolaEmprendedora



Escoita

Mi música es tu voz

OT



NO CAMIÑO DO EMPREDEMENTO, VOSTEDE ESTÁ AQUÍ





tema 5: mercadotecnia

módulo 17

semana 5 | día 1

lanzadebras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

Identidade, persoas, habilidades, estratexia. Chegamos así a un dos pulmóns da empresa: a mercadotecnia.

Tradicionalmente, desde que McCarthy definiu a teoría dos catro P en 1960 sintetizando os 12 elementos que Neil Borden definira dez anos antes, o márketing ou “mestura de mercado” concéntrase no estudo de catro variables: o produto, o prezo, a praza ou emprazamento e a promoción. E aínda que a nós nos gustaría falar de sete P, considerando que a personificación, o perímetro e a paixón son variables críticas á hora de definir a estratexia de mercado, en tanto que as dúas primeiras xa foron suficientemente abordadas nos temas 1 e 4, e á espera de desenvolver a última no manual de marca persoal, concentrarémonos neste quinto tema nos catro P tradicionais definidos por McCarthy.

O primeiro: o produto.

Coñeces ben o teu produto, con toda a súa amplitude de gama e a súa profundidade de liña? Sabes cal é o seu ciclo de vida e en que fase dese ciclo se atopa? Porque os produtos, do mesmo xeito que as persoas, tamén nacen, crecen, maduran e terminan por morrer. Coñecer en que fase dese proceso se atopa é esencial para prever a súa depreciación, calcular a súa amortización a partir da súa vida útil e antepoñer a súa reposición, de ser o caso.





tema 5: mercadotecnia

módulo 17

semana 5 | día 1

lanzadebras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

Pero coñecer un produto implica moito máis que saber da súa existencia e ser capaz de defini-lo. Esixe coñecer os seus atributos, as súas imperfeccións, as súas bondades, os seus rumbos de mellora, as súas necesidades de complementarios e, está claro, os seus diferenciais. Porque non ser diferente significa ser igual. E entón que? Entón, segundo moitos expertos, dar saída aos nosos produtos só é posible se os depreciamos á conta dos nosos ingresos.

Ser e intuírse diferente! A quintaesencia de todo produto que se prece. Para conseguilo, é importante a adaptación, a customización ou personalización e a innovación, que nos ocupará no tema seguinte.

Moitos logran diferenciarse modificando os seus compoñentes: asegurando útiles, eliminando superfluos, cambiando pezas e mellorando elementos ou usos. Outros, adaptándose a estilos de vida, normativas ou avances tecnolóxicos. Algúns, avanzando, optimizando procesos, calidades ou utilidades. E non poucos, proporcionando aforros de tempo, diñeiro e custos, ou mellorando a presentación, o empaquetado e a prestación do servizo como parte esencial diso que convivimos en chamar “produto aumentado”.

Tiramos de enxeño para mostrarnos de maneira distinta?



tema 5: mercadotecnia

módulo 17

semana 5 | día 1

# lanzadebras

aprender do que outros fixeron con mestría

## exemplo



### O PRODUTO DE APPLE

Neste módulo falaremos do exemplo da marca Apple. O produto co logotipo da mazá asimíase con sonceptos como a calidade e a exclusividade, ofrecendo unha experiencia especial aos clientes. O ambiente das súas tendas e as sensacións que produce o desempaquetado do produto son algunhas das accións de mercadotecnia que Apple utilizaba. Ademais, as súas campañas son diferentes para cada elemento, fomentando grandes expectativas ante cada novo lanzamento. Un exemplo diso é o seu anuncio “1984” do Macintosh, valorado como un dos mellores anuncios da historia.







tema 5: mercadotecnia

módulo 17

semana 5 | día 1

# lanzadebras

fotogramas que valen máis que mil verbas

## videotutorial

**ZYPCAR**

[https://www.youtube.com/watch?v=aR\\_XY352gtA](https://www.youtube.com/watch?v=aR_XY352gtA)



O produto que queremos comercializar debe ser competente e debe diferenciarse dos demais que existen. Zypcar foi, no seu ano, un produto moi innovador que se diferenciaba polas súas vantaxes e comodidades, ademais de favorecer o ambiente.

Como podemos observar no vídeo, os coches son accesibles desde calquera punto da cidade na que se atopen e facilitan o desprazamento das persoas que queiran utilizalos. Engádese ademais a utilización da aplicación móbil para facilitar o uso aos clientes.

Zypcar é un claro exemplo de innovación e diferenciación.

*a videoteca de Alba*

