

# Comercialización I

## Posicionamiento



---

---

---

---

---

---

---

---

## Posicionamiento

Es el lugar que ocupa el producto o servicio en la mente del consumidor en comparación con la competencia.  
Posicionar no es lo que se le hace al producto, sino lo que se logra en la conciencia del consumidor



---

---

---

---

---

---

---

---

## El proceso de posicionamiento

1. Identificar posibles ventajas competitivas
2. Seleccionar ventajas competitivas
3. Comunicar y ofrecer la posición elegida



---

---

---

---

---

---

---

---

## Diferenciación del producto

- ▶ Por características físicas
- ▶ Por nivel de servicio
- ▶ Basada en los recursos humanos
- ▶ Basada en la ubicación
- ▶ Basada en la imagen

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 4

---

---

---

---

---

---

---

---

## Estrategias de posicionamiento

- ▶ Atributos del producto
- ▶ Beneficios del producto
- ▶ Ocasiones de uso
- ▶ En relación precio/ calidad
- ▶ En función del consumidor
- ▶ Clase de producto
- ▶ Símbolos culturales
- ▶ En relación con la competencia

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 5

---

---

---

---

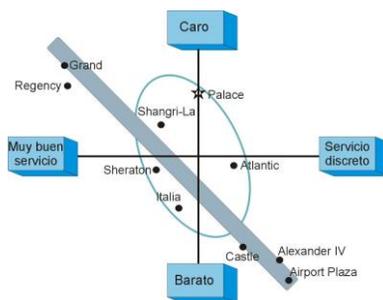
---

---

---

---

## Posicionamiento: mapas perceptuales



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 6

---

---

---

---

---

---

---

---

## Estrategia General de Posicionamiento

		Precio		
		Más	Lo mismo	Menos
Beneficio	Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
	Lo mismo			Lo mismo por menos
	Menos			Menos por mucho menos

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Matriz de Involucramiento

		Modo intelectual	Modo afectivo
Alto Involucramiento		Aprendiz (aprender-sentir-hacer)	Afectivo (sentir-aprender-hacer)
Bajo Involucramiento		Rutinario (hacer-aprender-sentir)	Hedonista (hacer-sentir-aprender)

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 8

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Declaración de Posicionamiento

Para **(segmento y necesidad meta)** nuestra **(marca)** es **(concepto)** que **(aspecto diferencial)**.

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 9

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Bibliografía

Ries, Al Jack Trout (1989). Posicionamiento. La batalla por la mente (1° ed.) Mc Graw Hill.

Kotler, Philip (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica (11° ed.) Pearson Prentice Hall. Capítulo 7.



---

---

---

---

---

---

---

---

