

Elementos del Marketing

Existen por lo menos 4 niveles

Necesidades, deseos y demandas:

La necesidad humana es el estado en que se siente la carencia de algunos satisfactores básicos. Ejemplo: vestir, comer, calzar, sentido de pertenencia, estimación, entre otros. Estas necesidades no han sido creadas por la sociedad o por los comerciantes más bien forman parte integral de la biología y de la conducta humana, es decir, de su naturaleza.

Los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para estas necesidades profundas, por ejemplo: Tengo la necesidad de vestir, pero deseo cierto estilo.

La demanda es la formulación expresa de un deseo condicionada por los recursos disponibles. Dado que los recursos son limitados, nuestra demanda va a condicionar nuestro deseo, haciendo que optemos por un artículo mejor o peor para cubrir nuestras necesidades. Continuando el ejemplo de la necesidad de vestir, la demanda sería optar por comprar un pantalón "Levi's" original que cuesta Q800 en caso de tener recursos suficientes, u optar por un pantalón "La Selecta" que cuesta Q80 con menores prestaciones si nuestros recursos son limitados.

Producto o servicio:

La gente satisface sus necesidades o deseos con productos y servicios. En materia de mercadotecnia a ambos se les denominará producto y está definido como todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o un deseo.

Valor, costo y satisfacción:

Valor es la estimación que hace el consumidor de la capacidad total del producto para satisfacer sus necesidades.

Por ejemplo: Supongamos que José Luis necesita viajar 5 Km. Diario para ir a su trabajo. Puede considerar varios productos que satisfagan esa necesidad: Unos patines, una bicicleta, una motocicleta, un automóvil, un taxi, un microbús. Estas opciones constituyen un conjunto de productos a elegir.

Si se le ofreciera cualquiera de ellos sin ningún costo elegiría quizá el automóvil. Sin embargo es necesario que José Luis haga una estimación de cada producto para satisfacer su necesidad. Puede clasificar los productos en orden jerárquico del más al menos satisfactorio, el dilema radica cuando en ese orden se involucra el precio de compra del producto, es decir no es necesario comprar el automóvil porque su costo es muy elevado comprado con el costo de los demás. José Luis elegirá el producto que le retribuya el máximo valor a cambio de su dinero.

Intercambio, transacciones y relaciones:

Esto surge cuando la gente desea satisfacer sus necesidades y deseos.

Autoproducción. La gente puede saciar su hambre cazando, pescando y recolectando. Como su nombre lo indica es la forma de producir nosotros mismos los productos y servicios para satisfacer nuestras necesidades.

Coacción: La gente hambrienta puede arrebatarse o robar alimentos a otros.

Intercambio. La gente hambrienta puede acercarse a otros y ofrecerles a cambio algún recurso como dinero, producto o servicio. La mercadotecnia emana de esta última forma de adquirir productos.

Transacción: Consiste en el comercio de valores entre dos partes. Las relaciones de mercadotecnia reducen los costos y el tiempo en las transacciones, en el mejor de los casos en lugar de negociar cada transacción por separado se establece una rutina de negociación sencilla.