



EVOLUCIÓN DEL MARKETING

1.0

2.0

3.0

Mkt 1.0



Las actividades se centraban solo en el producto.



El objetivo era únicamente vender.



El producto era la única propuesta de valor.



El consumidor era visto como parte de una masa con necesidades fisiológicas que satisfacer.



Las estrategias de marketing en esta época están orientadas al producto exclusivamente.

Mkt 2.0



Las actividades se centran en el consumidor.



El objetivo es satisfacer y retener a sus clientes.



La propuesta de valor emotiva entra al juego.



El consumidor es visto de forma singular y con necesidades y deseos específicos.



Estrategias de marketing orientadas hacia la diferenciación y al valor de marca.

Mkt 3.0



Las actividades se centran en los valores.



El objetivo es ofrecer productos con base en conciencia social y medioambiental.



Entran al juego las multipantallas y las redes sociales.



El consumidor es un ser integral con sentimientos, valores y con necesidades complejas.



La propuesta de valor se enfoca en lo funcional, emocional y consciencia.



CONSIDERACIONES:

NO ES POSIBLE EVOLUCIONAR DE UN ESTADO DE MARKETING 1.0 (PRODUCTO) PARA MARKETING 3.0, SIN HABER PASADO Y SUPERADO LA ETAPA DE MARKETING 2.0 (CLIENTE).