

OPINIÓN

**ROGER
PINGO JARA**
DECANO
DE
FACEN - UDCH

**Tendencias del Marketing: 3.0**

Hoy se habla del marketing 3.0 el cual creará lazos de amor. Según Philip Kotler, es aquel que alinea los productos con el alma de la gente en el que los compradores son capaces de enamorarse de sus marcas y no mirar a ninguna más. El Marketing 3.0 trata de construir un lazo de amor entre las marcas y las personas. Es el futuro.

Sin embargo, primero necesitamos preguntarnos lo siguiente: 1. ¿Nuestras empresas estarán en condiciones de defender su mercado frente a la creciente invasión de marcas globales extranjeras? 2. ¿Nuestras empresas pueden desarrollar marcas sólidas regionales o globales?

Asimismo comprender que nuestras empresas necesitan marketing y ventas más sólidas debido a que existe la siguiente problemática: incapacidad generalizada de comprender el marketing estratégico, poco o deficiente uso del análisis del mercado para hallar nuevas oportunidades y segmentar el mercado, pobres destrezas de planificación y control del mercado, concentración excesiva en la idea del éxito a través de los precios bajos, descuido de la diferenciación y del branding, valoración insuficiente del rol del buen servicio en la creación de la lealtad del cliente.

De igual forma, es importante también conocer las cuatro lecciones que nos dejó Philip Kotler en su reciente visita al Perú: (a) La organización debe fomentar las destrezas de marketing especialmente las destrezas de branding. La marca proporciona el concepto central para la integración de todas las actividades. (b) Utilice las interacciones entre la marca-país, el branding corporativo, el branding de negocios específicos y el branding de productos. (c) La diferenciación puede intensificarse a través de la segmentación del mercado y el pensamiento "blue ocean", y (d) Los medios tradicionales deben ser complementados con medios más modernos como la Internet, el marketing móvil, los blogs, podcasts, webcasts, las redes sociales y el buzz marketing.

Podemos concluir que finalmente el marketing en el futuro se comprenderá como un "estilo de vida" que conlleva a sentirse y vivir bien en el mundo real. Todo esto facilitará que el marketing 3.0 sea una realidad. Hasta la próxima.