



## Qué pasa con las 4 Cs del marketing

Empresas, 28/11/2019



Todo mundo en marketing identifica el mix marketing que esta compuesta por las 4 P's (precio, plaza, promoción y producto) estás hacen hincapié como parte fundamental en el producto, debido al momento de la historia en que fueron creadas, ya que había sobreproducción y se tenía que vender, por eso los esfuerzos

estaban enfocados en resaltar los atributos del producto.

Conforme el tiempo ha avanzado, llegamos el día de hoy a un aspecto diferente, lo que importa ahora es la satisfacción plena o generar una experiencia de compra para el cliente en 360°, lo que nos ha llevado a estar atentos a los deseos de este, ya sea que se venda un producto o servicio; el internet y las redes sociales lo han hecho una persona más crítica (positiva o negativa) y hace que en el momento que esta consumiendo reporte dicha experiencia.

Esta debe de estar basada en el conocimiento que tenemos de los diferentes públicos que tiene el producto o servicio, ya que

no podemos hablar solamente de segmentos de mercado, sino de nichos (grupos pequeños y selectos).

Estos aspectos es lo que nos llevaría a enfocar los recursos de la organización en entender, comprender y llevar a la acción las 4 C's pues lo que importa ahora son las necesidades del cliente.