

## FEINA EXTRA TEMA 4

### **Analitza el pla de màrqueting d'una marca a partir de la seva publicitat**

Ara ja saps com funciona el màrqueting, què és el que fa aquest departament quan se li encarrega un pla que asseguri l'èxit d'un determinat producte: en primer lloc es decideix a qui se li vol vendre el producte, en segon quina és la imatge que es vol crear al seu cap, i només després es decideix tota la resta. Les famoses 4 Ps, tot el forma part d'un producte físicament (començant pel seu envàs), però també el seu preu, el lloc mateix on l'has pogut comprar, i la publicitat o promocions que existeixen sobre ell, tot està creat des de zero per a transmetre la imatge que el departament ha decidit transmetre al públic al que vol vendre el producte en qüestió.

El que has de fer ara és triar un producte que pensis que està orientat a un públic adolescent i que tu consumeixis normalment, i pensar en la publicitat que fa servir l'empresa per comunicar-se amb tu.

Després, vull que reflexionis sobre els punts següents:

1-Quines diferències trobes objectivament entre aquest producte i els de la seva competència? El que vull dir amb "objectivament" és que pensis només en les necessitats reals que cobreix el producte però que no cobreix la resta, com ara utilitats extra, o ser de més qualitat. Si no n'hi ha, no n'hi ha.

2- Quines diferències subjectives creus que té? Et fa sentir de manera diferent que consumint els productes de la competència, cobreix necessitats psicològiques que no cobreix la resta? Si és així, si trobes que sí cobreix aquest tipus de necessitats, creus que a sensació que et desperta el bé té alguna cosa a veure amb el posicionament que busca l'empresa?

3-Estudia el PRODUCTE: com és? com està dissenyat? com és el paquet amb el que es ven? en quin format es ven? Identifiques alguna estratègia de marca de les vistes a classe?

4-Estudia la DISTRIBUCIÓ: on el venen? N'hi ha molts, o pocs, al lloc o el venen? Es veu molt o poc? Identifiques alguna de les estratègies de distribució, de les vistes a classe?

5-Estudia la COMUNICACIÓ: com són els anuncis d'aquest producte, als mitjans de masses? fan servir alguna altra estratègia de promoció que no siguin anuncis als mitjans de masses, de els vistes a classe?

6-Estudia el PREU: identifiqués alguna de les estratègies de preu, de les vistes a classe?

7- Aquesta marca, fa servir el màrqueting digital? En cas afirmatiu, Quines de les Ps que hem vist?