

La Quinta P

Olga Granados
Comunitec

En el esquema del marketing mix, la quinta P -¿o deberá ser la primera? - es la persona.

Estamos en una época en que la tecnología ha cambiado al mundo en muchos sentidos positivos, sin embargo en pro de la modernidad, se ha soslayado a la persona, al ser humano, del que depende todo lo que sucede en nuestra sociedad, incluso el éxito que pueda tener un producto.

Es por esto que las empresas en la búsqueda de nuevas estrategias de mercado cayeron en un *insight* que los ha encaminado a interesarse en quién es su cliente, quieren saber todo acerca de él, sus hábitos, sus gustos, sus necesidades, su estilo de vida, en fin, quieren conocerlo a fondo. Todo ello porque se han dado cuenta que ante un mundo tan cambiante y competitivo, quizá la alternativa para conseguir la lealtad del cliente sea establecer relaciones cercanas, incluso vínculos emocionales. Esta diada de conocimiento – vínculo permite a los responsables de diseñar las estrategias de mercadotecnia ofrecer a sus clientes una mezcla ideal de producto, precio, plaza y promoción, lo que asegura el logro

de encontrar y conservar clientes.

Aun cuando el fin último de este súbito interés por la persona sea comercial, es alentador saber que de nuevo, en este mundo de tecnología y de intereses puramente económicos en el engranaje del consumo, existe la persona como un ser complejo y multideterminado por factores culturales, sociales, familiares y psicológicos, que merece estudio minucioso reivindicando así, su importancia y valor. Esto definitivamente es un rescate de la individualidad y del rol que juega cada persona en la conformación de la sociedad y el devenir histórico.

Es por esto, que algunos de los productos que las empresas de investigación están ofreciendo con éxito, son los estudios de segmentación de mercado o segmentación psicográfica del cliente, que permitan diseñar programas de mercadotecnia y comunicación orientados a establecer relaciones interpersonales con éstos. Relaciones estrechas que son lo que finalmente importa en un mundo que es, aunque a veces se olvide, humano.

ANÚNCIESE



**Datos,
Diagnósticos y
Tendencias**

ventas
5545-1465

un medio dirigido a gente como USTED