

Marketing 4.0

Sabemos que estamos en constante cambio, todo evoluciona, algunas cosas se vuelven obsoletas y dejan de ser parte de la vida de los consumidores, estamos en una era donde vivimos una serie de transformaciones a un ritmo mayor y lo podemos comprobar con la tecnología que utilizamos, es muy simple darnos cuenta, un ejemplo claro de estos cambios tan rápidos a los que me refiero es la corta vida de un Smartphone donde el lapso de tiempo que pasa entre que compramos un dispositivo recién lanzado al mercado y lo que tarda en salir una nueva versión o modelo que lo sustituya es aproximadamente nueve meses.

Es así como vamos emigrando de modelos de casi todo lo que consumimos, los productos ya no están diseñados para un largo periodo de vida útil, sino mas bien, para ser reemplazados por un nuevo modelo. Es así como los especialistas se han puesto a estudiar estos cambios y el marketing no puede ser la excepción se han estudiado los enfoques y hemos pasado por una serie de cambios donde los mercadólogos y quienes se dedican a hacer marketing ahora mencionan el Marketing 4.0, qué es éste término y cuál ha sido su evolución?

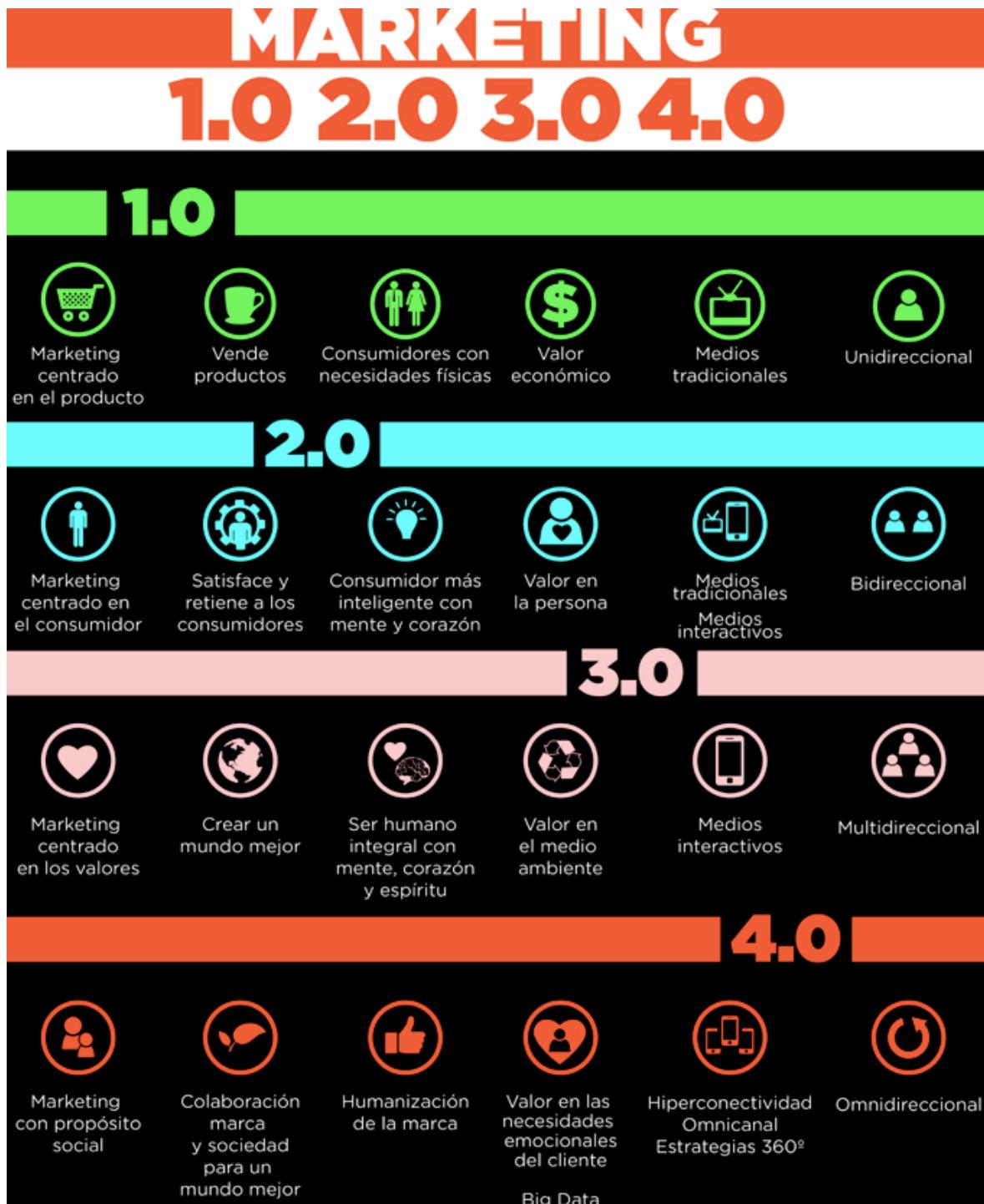
Marketing 4.0

En el año 2010 Kotler publicó Marketing 3.0 donde describe la evolución del marketing explicando como surgió el marketing 1.0 orientado al producto, posteriormente marketing 2.0 orientado al cliente, luego fue 3.0 orientado al ser humano y sus valores posteriormente la nueva versión 4.0 donde la mejor descripción es la siguiente:

*“El **Marketing 4.0** tiene como objetivo principal generar confianza y fidelidad en el cliente, combinando e integrando lo mejor de los medios offline del marketing tradicional y la interacción online que proporciona el marketing digital”.*

La siguiente imagen muestra la evolución del marketing.

Marketing 4.0



Marketing 4.0

En su libro Marketing 4.0 Kotler (2017) indica que cuando las empresas desean seguir en el gusto de los clientes tienen que recurrir a las nuevas herramientas de medios sociales y a la par utilizar los medios digitales para de esta forma hacer más fácil su gestión de negocios, así mismo afirma que el marketing seguirá siendo una mezcla de lo viejo y lo nuevo, haciendo referencia que se esta mezclando el marketing tradicional con lo digital.

En el marketing 4.0 en primer lugar se identifica a la nueva organización de la sociedad y las empresas en ser ahora mas horizontales que verticales dejando de lado la concentración de poder y hacer partícipes a más personas en la toma de decisiones. Un ejemplo de esto es cuando las grandes empresas adquieren otras mas pequeñas esto no solo las hace crecer sino que se han percatado que necesitan de otras para adquirir su experiencia y de esta manera reinventarse.

Hoy en día los compradores tienen más poder que nunca antes, están más conectados, informados e integrados en redes sociales, el cliente ya no solo se

Marketing 4.0

informa y busca el mejor producto sino que también al momento de comprar pide la colaboración en redes sociales quienes lo respaldan en su compra, lo cual cuando éste se siente cómodo y satisfecho con la marca sin problema la respalda, lo cual da como resultado que sea aceptada por más personas gracias a la conectividad del cliente.