

Marketing Experencial

Tal como se ha comentado, el marketing al igual que todo ha evolucionado y seguirá por un proceso de cambios que son normales, por lo que seguir realizando las mismas prácticas resulta poco atractivo y redituable para las empresas, es necesario ir a la par de todos estos cambios y sobre todo saber como llegar a nuestros consumidores quienes ya no se impactan y conectan con cualquier marca debido a la saturación de éstas en el mercado.

En recientes investigaciones científicas y estudios de casos prácticos que realizan grandes marcas como Apple y Coca Cola se ha demostrado que las personas preferimos aquellas marcas que nos dan la oportunidad de vivir experiencias que despiertan sensaciones y emociones positivas en la compra o durante el consumo de los productos y servicios.

En este enfoque, se entiende que “experiencia” es la respuesta ante un estímulo que proviene de las acciones de marketing previas, en el momento o posteriores al proceso de compra, las cuales están diseñadas para llegar al cliente de una forma determinada.

Marketing Experencial

Como lo demuestra el Marketing 4.0 las marcas se enfocan cada vez más en llegar al consumidor por el lado humano que puede parecer ilógico en una sociedad que invierte gran parte del tiempo en estar conecta virtualmente, donde si existe mucha interacción pero no es física, es aquí donde nos preguntamos cómo conecto con ellos, qué necesitan, qué tengo que hacer para que elija mi producto cuando existen muchas ofertas en el mercado donde la mayoría tienen las mismas características.

Es por este motivo que los consumidores solo serán cautivados por aquellas marcas que aparte de proporcionarle un producto o servicio lo escuchen, lo tomen en cuenta y se lo hagan saber, donde el trato sea dinámico y donde se lleve una agradable experiencia.