

MERCADOTECNIA SOCIAL

Mercadotecnia

- Mercadotecnia es, según Philip Kotler, el proceso mediante el cual las personas obtienen lo que requieren y desean por medio de la creación e intercambio de bienes y servicios.
- El objetivo del marketing se centra principalmente en vincular empresas y sus clientes con una organización sin fines de lucro.
- Mercadotecnia social es, según Lefevre & Flora, “diseñar, implementar, y controlar los programas que buscan que una idea o práctica social sea aceptada en ciertos grupos objetivo.”
- La mercadotecnia social utiliza los instrumentos de la mercadotecnia comercial a fin de dar solución a los problemas que las organizaciones enfrentan de manera práctica y sustentable. Busca influir en comportamientos o actitudes de cierto grupo objetivo, a fin de mejorar su situación y condición de vida.

¿Cuáles son las ventajas de utilizar la mercadotecnia social?

- ❑ Lograr visibilidad. La mercadotecnia social permite a la organización darse a conocer en la sociedad y a través de medios masivos. Mientras más nos conozcan, mayor impacto tendrá nuestra labor y más gente nos apoyará. ¿Cuánta gente conoce el nombre, logotipo y/o programas de la institución? ¿Cuál es la percepción que la gente tiene de la organización? ¿Saben que es una institución sin fines de lucro?



Éstas y otras preguntas nos darán la respuesta si la Mercadotecnia Social que utilizamos está siendo eficaz, o debemos de trabajar en mejorarla.

- ❑ Entrega de resultados de campañas y programas, los cuales permiten medir el Impacto, beneficio y transformación social, ya sean de índole espiritual, material o conocimientos, entre otros.