**Marketing** es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la [**disciplina**](http://definicion.de/disciplina/) dedicada al análisis del comportamiento de los **mercados** y de los consumidores. El marketing analiza la **gestión comercial** de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Los especialistas en marketing suelen centrar sus actividades en el conjunto de las Cuatro P:**Producto, Precio, Plaza** (distribución) y **Publicidad** (promoción). El marketing apela a diferentes técnicas y metodologías con la intención de conquistar el [mercado](http://definicion.de/mercado) y conseguir otros objetivos propios de una compañía comercial.

**Definición del término por expertos**

El marketing ha sido inventado para **satisfacer las necesidades**  del mercado a cambio de beneficio para las empresas que se sirven de ella para desarrollarse. Es una herramienta que sin lugar a dudas es estrictamente necesaria para conseguir el [éxito](http://definicion.de/marketing/) en los mercados.

Según **Philip Kotler** consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.  
**Jerome McCarthy** opina que es la realización de las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, pudiendo anticiparse a los deseos de los consumidores y desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.  
Por su parte **John A. Howard**, quien trabaja en la Universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas. Y Al Ries y Jack Trout, opinan que marketing es sinónimo de “guerra” donde cada competidor debe analizar a cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarlas y defenderse.

Según la **American Marketing Asociation** (A.M.A.), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

Se dice que el marketing es un **proceso social y administrativo** porque intervienen un conjunto de personas, con sus inquietudes y necesidades y porque necesita de una determinada cantidad de elementos tales como la organización, la implementación y el control, para un desarrollo eficiente de las actividades.

La única función que debe cumplir es **alcanzar las metas** que la empresa se plantea en lo que respecta a venta y distribución para que esta se mantenga vigente. Por eso es tan importante no sólo tener un conocimiento del mercado, sino saber qué cosas puede desarrollar la empresa que puedan interesar a los clientes.

Lo que hace el marketing es considerar una necesidad de la clientela y, a partir de ella, diseñar, poner en marcha y verificar cómo funciona la comercialización de los [productos](http://definicion.de/producto) o servicios de la [empresa](http://definicion.de/empresa). Diversas estrategias y herramientas permiten al marketing posicionar una marca o un producto en la mente del comprador.

Las acciones de marketing pueden tener una [visión](http://definicion.de/marketing/) de **rentabilidad a corto o a largo plazo**, ya que su gestión también supone la realización de inversiones en la relación de la empresa con los clientes, con los proveedores y hasta con sus propios empleados, además publicidad en los medios de comunicación. Es importante no confundir marketing y publicidad, ya la mercadotecnia abarca a la publicidad y a otras cuestiones.

Se dice que el marketing puede tener diversas orientaciones: **al producto** (cuando la empresa dispone del monopolio del mercado pero, de todas maneras, pretende mejorar el proceso de producción), **a las ventas** (destinada a aumentar la participación de la empresa en el segmento) **o al mercado** (se busca la adaptación del producto a los gustos del consumidor).  
Hoy en día existen muchos tipos de marketing, aquí presentamos algunas definiciones:

**Marketing directo**: consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.

**Marketing relacional**: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren. Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.

**Marketing virtual**: recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona en el mundo que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.

[DEFINICIÓN SIGUIENTE →](http://definicion.de/costo/)

* COMPARTIR