

BATXILLERAT · GPE · UNITAT 5

# Mercat i màrqueting

Estudi de mercat, segments, màrqueting mix, comunicació i publicitat responsable

5

PER A COMENÇAR

# En aquesta unitat aprendràs a...



Planificar un estudi de mercat, arreplegar dades amb una enquesta i tabular-les sense traure'n conclusions de més.



Segmentar un mercat, definir el teu client ideal i situar la teua oferta davant de la competència.



Fixar un preu a partir del cost, el marge i l'IVA, i decidir producte i distribució amb criteris ètics.



Dissenyar una campanya amb una promesa que puguis complir i mesurar-ne el resultat amb un embut comercial.



Reconéixer la publicitat que cosifica o discrimina, saber què diu la llei i dissenyar un anunci inclusiu.

SITUACIÓ DE PARTIDA · CAS FICTICI

# Una situació de partida



És octubre al **CIFP Valdeluz**. L'equip de Nexo té una primera idea de a qui vol vendre, però encara l'ha de contrastar i encara no sap com explicar-ho. Tiago porta un fullet que promet «preu més baix, lliurament immediat i tracte personal per a tots». Nayara obri l'horari del magatzem i recorda que només són dues persones amb unes poques hores a la setmana. Jacobo apunta que, si abaixen el preu, cada venda deixarà menys marge. Aldara no rebutja el fullet, però pregunta: «Quina promesa podem complir sempre i a qui?». Quan acabes la unitat sabràs triar a qui serveixes, fixar un preu que cobrisca els costos, comprovar si el negoci pot ser rendible i explicar la teua oferta sense enganyar.

❓ **Quina promesa del fullet de Nexo et pareix més difícil de complir? Per què?**

❓ **Si una botiga rebaixa un producte un 20 %, el seu benefici per unitat baixa un 20 %, més o menys? Raona-ho amb un exemple.**

❓ **Recorda un anunci que prometia alguna cosa que després no es va complir. Què vas fer com a client o clienta?**

MAPA DE LA UNITAT

# El que anem a vore

- **5.1** Estudi de mercat
- **5.2** Segmentació i posicionament
- **5.3** Màrqueting mix: producte, preu i distribució
- **5.4** Comunicació i publicitat
- **5.5** Publicitat que cosifica o discrimina

# Les quatre P del màrqueting mix



## Producte

Què vens i amb quines garanties.



## Preu

Cost, demanda i competència.



## Plaça

On i com arriba al client.



## Promoció

Comunicació amb una promesa que pugues complir.

**CLAU**

El màrqueting responsable pregunta: ho necessita el client?, li explique el que costa?, quina petjada deixa?

# Segments de clients

| SEGMENT | NECESSITAT PRINCIPAL | COM COMPRA | ENCAIX |
|---|---|---|---|
| **Despatxos xicotets** | No perdre temps comprant | Comandes xicotetes i freqüents | Alt |
| **Tallers i comerços** | Material bàsic i barat | Compra ocasional | Mitjà |
| **Grans empreses** | Preu i crèdit | Concursos i contractes | Baix |

CLAU

Qui vol vendre a tothom acaba **sense vendre a ningú**.

# Recàrrec sobre el cost enfront de marge sobre el preu



## Recàrrec del 40 % sobre el cost

- 30 × 1,40 = 42 €
- Marge de 12 €
- Només el 28,6 % del preu

VS



## Marge del 40 % sobre el preu

- 30 ÷ 0,60 = 50 €
- Marge de 20 €
- IVA 10,50 € → el client paga 60,50 €

**CLAU**

L'IVA se suma després i **mai no és benefici**.

# L'embut comercial

1. **Contactats**
   40 despatxos
2. **Contesten**
   25 · 62,5 %
3. **Accepten visita**
   10 · 40 %
4. **Fan comanda**
   4 · 40 %

**CLAU**

Conversió total: 4 ÷ 40 = **10 %**. Resultat de la campanya: 240 − 300 = **−60 €**.

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

# Una botiga rebaixa un 10 % un producte de 50 € que li costa 30 €. Què passa amb el marge per unitat?

A Baixa un 10 %, de 20 € a 18 €

B Baixa de 20 € a 15 €: un 25 % menys

C No canvia

✔️ El preu passa a 45 €, el marge a 15 €, i per a guanyar el mateix cal vendre un 33,3 % més.

REPÀS

# Idees clau

- **Estudi de mercat.** Fases i fonts primàries i secundàries, enquesta, tabulació i mostra, biaixos i representativitat de la mostra.
- **Màrqueting mix.** Producte, preu, plaça i promoció, marge, recàrrec i iva, distribució amb ètica.
- **Publicitat responsable.** Estereotips, reclamar: empresa, consum i autoregulació, llei general de publicitat.
- **Segmentació i posicionament.** Mercat objectiu i client ideal, demanda i competència, mapa de posicions, barreres d'entrada i competència.
- **Comunicació i publicitat.** Pla de mitjans i promesa, embut i conversió.

PER A ACABAR

# Per a pensar

1 Què preguntaria la teua enquesta per a saber si algú pagaria pel teu projecte, sense guiar la resposta?

2 Quina promesa podria complir sempre el teu projecte, encara que falte algú o arriben deu comandes alhora?

3 Calcula el preu del teu producte amb marge sobre el preu i IVA: quant del que paga el client és teu?



# Ara et toca a tu!

Repassa, practica i comprova el que has aprés.

📝 **Resum**

✅ **Test**

👆 **Interactius**

Llibre, presentacions, resums i tests gratuïts a **josesande.com**