

## Impacte d'Internet en el màrqueting mix

### 1- Producte:



- Internet pot ajudar a **personalitzar el producte** per cada perfil de client.
- Pot donar molta **informació del producte** assessorant al client en la decisió de compra.
- Els processos de digitalització poden **alterar l'empaquetament del producte** i, fins i tot, eliminar la necessitat d'un suport físic.
- Pot **afectar al suport postvenda**, ja que es pot oferir com un servei online des de la mateixa web de l'empresa.

Núm. 3

## Impacte d'Internet en el màrqueting mix

### 2- Preu:



- Internet ens permet la venda 24x365 amb clients de tot el món.
- Internet permet **reduir els intermediaris** i poder **abaratir els costos** del procés comercial.
- Els clients poden **intervenir en la fixació de preus**. Ja sigui mitjançant el sistema de subhastes ([www.ebay.com](http://www.ebay.com)) o que el client indiqui quin preu està disposat a pagar ([www.priceline.com](http://www.priceline.com)).
- Amb les centrals de compra de consumidors online ([www.letsbuyit.com](http://www.letsbuyit.com)) els clients poden **ajuntar-se per aconseguir millors preus**.
- Hi ha "agents comercials online" (infobots) que ens permeten **localitzar un producte al millor preu** ([www.jango.com](http://www.jango.com))
- A Internet **el poder del client augmenta** i s'ha de tenir present.

## Impacte d'Internet en el màrqueting mix

### 3- Distribució:



Si una empresa ha de planificar la seva estratègia vers el comerç electrònic, abans ha de conèixer 3 estratègies diferents:

- Utilitzar Internet només per donar suport als distribuïdors habituals i no com a canal de venda ([www.mango.es](http://www.mango.es)).
- Utilitzar Internet com un canal complementari, venent també des de la web de l'empresa ([www.iberia.es](http://www.iberia.es)).
- Optar per la via de la desintermediació, venent directament al consumidor final sense recórrer als canals de distribució tradicionals ([www.dell.com](http://www.dell.com)).

Nota: Internet permet l'existència dels "infomediaris" que ofereixen informació i assessorament de productes de diferents fabricants ([www.coches.net](http://www.coches.net)).

## Impacte d'Internet en el màrqueting mix

### 4- Comunicació:



- Internet cada cop te més importància com a mitjà publicitari i a més ofereix molts formats diferents (e-advertising).
- Ens permet conèixer el comportament de l'usuari davant de la nostra promoció i pagar la publicitat en funció d'aquest.
- Podem fer una segmentació del públic objectiu per ajustar la publicitat al perfil desitjat per l'anunciant.
- Ens proporciona dades reals i instantànies dels resultats d'una campanya publicitària i ens permet aplicar mesures correctores.
- Permet crear programes de fidelització de clients i comunitats virtuals a l'entorn d'una marca o d'un producte ([www.heineken.es](http://www.heineken.es)).
- Internet permet la creació de catàlegs electrònics que es poden adaptar al perfil dels usuaris i que suposen un important estalvi de costos.