

Amb bons serveis no n'hi ha
prou!!!



Aplicacions del Màrqueting a
biblioteques i centres d'informació i
documentació

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

Sumari

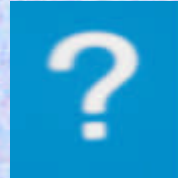
- De què estem parlant? Publicitat, Promoció, Propaganda, Relacions Públiques, Màrqueting
- Tipologies de Màrqueting
- Les 4Ps del Màrqueting
- Les 10 lleis del Màrqueting
- Orientació a la Societat

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

De què estem parlant?

- Publicitat
- Promoció
- Propaganda
- Relacions Públiques
- Màrqueting



NO ÉS EL MATEIX!!!!!!!!!!!!

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

Publicitat

- És la transmissió d'informació impersonal i remunerada, efectuada per mitjà de mitjans de comunicació de masses a través d'insercions o anuncis pagats, el missatge dels quals és controlat per l'anunciant

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

Promoció

- És el conjunt d'activitats que tracten de comunicar els beneficis que reporta el producte i de persuadir al mercat objectiu de que el compri a qui l'ofereix



Propaganda



- És el mateix que Publicitat però el missatge no es controlat pel venedor. Normalment s'aplica a campanyes de caire polític. S'acostuma a confondre amb publicitat.

Relacions Públiques

- És un acte de caire social (presentació pública, reunions, visites, regals...) que es realitza amb l'objectiu de donar a conèixer l'empresa i/o els seus productes



Màrqueting (I)

- És una forma de concebre i executar la relació d'intercanvi, amb la finalitat de que sigui satisfactòria per les parts que intervenen i per a la **societat**, per mitjà del desenvolupament, la valoració, la distribució i la promoció que una de les parts fa dels **bens**, els **serveis** o les idees que l'altre parte necessita.

Màrqueting (II)

- Existeixen infinitat de tòpics (és qüestió del màrqueting, és un producte de màrqueting, el màrqueting només serveix per vendre, és culpa del màrqueting...) el Màrqueting és una filosofia de vida, que busca Maximitzar:
 - el consum
 - la satisfacció del consumidor
 - el nombre d'opcions
 - el nivell de vida

Màrqueting (III), els principis bàsics

- El Màrqueting no crea **necessitats**, les **satisfà**
- Els clients no compren **productes**, compren **solucions**
- El **valor** d'un producte és la mida de la **satisfacció** per part del consumidor i no és una qüestió de cost.
- En Màrqueting la **qualitat** sempre es **subjectiva**
- Els mercats són **heterogénis**
- El **comprador** no té per què ser el **consumidor**
- El Màrqueting és massa important per deixar-lo només en mans del Dept. de Màrqueting

Tipologies de Màrqueting

- Comercial
- Social
 - Sense afany de lucre
 - Causa social
- d'Administracions Públiques
- Polític

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

Les 4Ps del Màrqueting

- Product
- Place
- Promotion
- Price



MARKETING MIX

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

Les 10 lleis del Màrqueting

- **Lideratge**, és preferible ser em primer que el millor
- **Categoria**, si no és possible ser el priemr en una categoria és necessària crear-ne una de pròpia
- **Enfoc**, una paraula identifica un producte/servei
- **Perspectiva**, eludir els resultats immediats, els efectes positius són a llarga termini
- **Divisió**, amb el temps cal estendre la marca i diversificar els productes
- **Sacrifici**, cal renunciar a quelcom per aconseguir quelcom
- **Impredecible**, mai es pot predir el futur
- **Tendències**, es triomfa a partir de tendències, no de novetats
- **Recursos**, sense els fons necessaris res es posa en marxa
- **Mentalització**, sense les idees clares no s'avança

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació

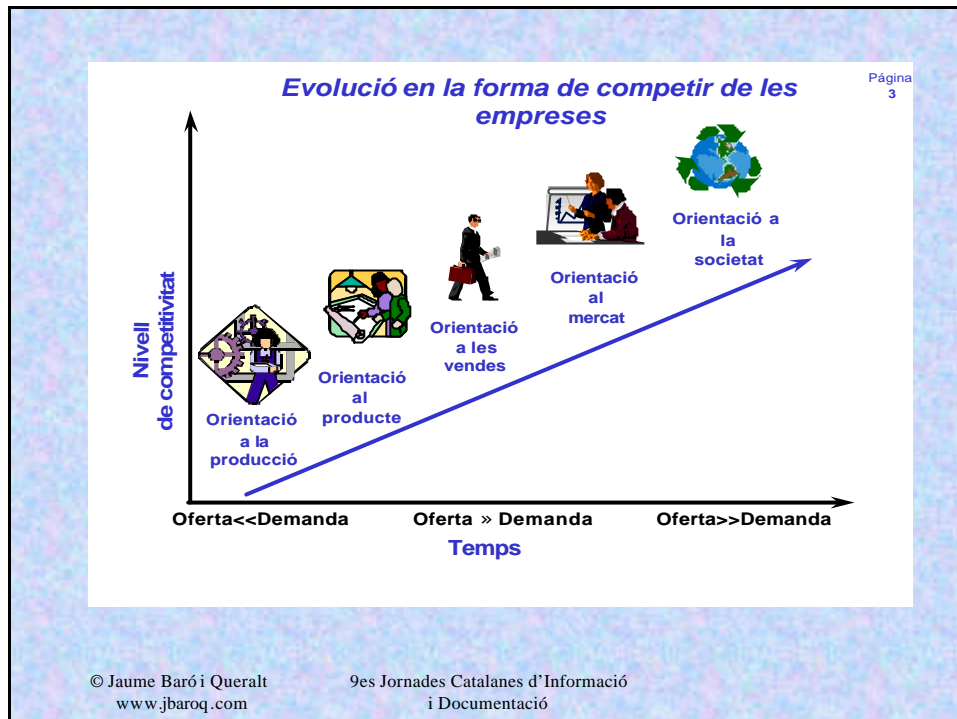
Tot això està molt bé, però...

Com m'afecta a mi?



© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

9es Jornades Catalanes d'Informació
i Documentació



Orientació a la societat

- Part de la idea de que la tasca de l'organització és determinar les **necessitats**, interessos i demandes dels individus, per així oferir la **satisfacció** d'aquests elements d'una forma més eficaç i eficient que els competidors preservant o potenciant el **benestar del consumidor i de la societat**

© Jaume Baró i Queralt
www.jbaroq.com

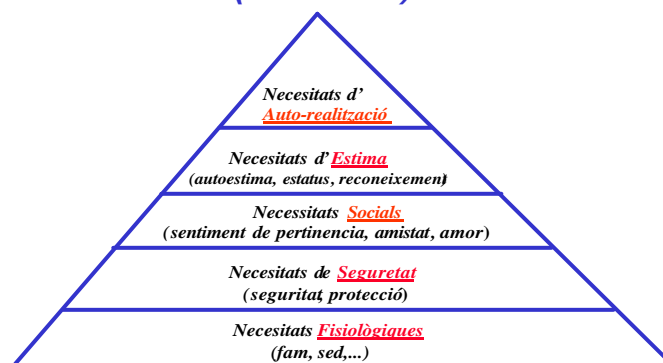
9es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació



Us sona la història? Esteu orientats a la Societat?

-”For the times they are a-
changin’...” (Bob Dylan)

El Consumidor Tipologies de necessitats (MASLOW)



El consumidor: Concepte de necessitat

Pàgina 11



Gràcies per la vostra atenció!!!!