

Gabriel Olamendi

## Field Marketing

El Field Marketing es una fórmula comercial que permite a las Empresas un acercamiento y conexión directa con el potencial consumidor.

Puntos básicos:

- a) *Informar* (sobre un nuevo producto o características de un producto ya existente)
- b) *Promocionar* (ofertas, sampling,...)
- c) *y/o Vender* (venta pura y dura)

... determinados servicios o productos: en la calle, en zonas concurridas de los centros comerciales o en eventos multitudinarios.

### Características

- ✓ Alternativa a las fórmulas tradicionales.
- ✓ Interactividad, cercanía y un contacto mucho más directo con los clientes.
- ✓ Creación y generación de una experiencia de marca con la que fortalecer las relaciones entre empresa y clientes.
- ✓ No exige inversiones cuantiosas.
- ✓ Acciones medibles.
- ✓ A veces, el público objetivo se presenta totalmente segmentado.

### Técnica

- ✓ El soporte son los recursos humanos.
- ✓ La base de operaciones es un stand o isleta temporal.
- ✓ Entrega de folletos.
- ✓ En la mayoría de los casos sin ninguna relación con el *street marketing*.

### Objetivos

- ✓ Fidelización de los clientes.
- ✓ Intentar mantener un ritmo de ventas.

### Inconvenientes

- ✓ Las prisas habituales de la gente.
- ✓ Las aglomeraciones.
- ✓ El rechazo a este tipo de encuentros.
- ✓ El comportamiento del elemento humano es fundamental.

© Gabriel Olamendi

