

Un análisis para el marketing: ¿qué haría Steve en mi lugar?



Diego Kerner
DIRECTOR PARA
LATINOAMERICA
DE THEBRANDGYM

Por si no fuera suficiente la escasez actual de “héroes corporativos”, ahora se nos va el más grande de las últimas décadas: Steve Jobs. No sólo ingresa en la categoría de héroe por haber fundado Apple y haber reinventado al menos cuatro categorías de negocios con el iPod, el iTunes, el iPhone y el iPad. Podríamos escribir millones de páginas sobre cómo hacer negocios a su estilo. Personalmente me quedo con tres conceptos:

■ **Pasión por el producto:** los mayores esfuerzos de marketing de Apple están puestos sin duda detrás de sus productos. Estos

se caracterizan no sólo por un diseño de estilo minimalista increíblemente atractivo, sino por la experiencia de uso maravillosamente placentera, intuitiva y altamente satisfactoria. Jobs mismo era el brand manager de cada lanzamiento, chequeando con fanática obsesión, inspirando asimismo entusiasmo y orgullo en sus empleados.

■ **Empatía con el consumidor:** como alguna vez comentó Lafley (otro héroe corporativo que revigorizó P&G en los 2000), difícilmente un consumidor pueda decirte qué tipo de producto le gustaría tener, pero si vos le mostrás prototipos de nuevos productos, seguramente podrá decirte qué es lo que más le gusta. Basado en su intuición, y en observar personas y categorías adyacentes, Jobs era capaz de

desarrollar ideas novedosas y convertirlas en prototipos.

■ **“Show me the money”:** si bien a primera vista Jobs puede dar la sensación de ser un romántico poco preocupado por ganar dinero, quienes trabajaron junto a él lo definen como alguien tremendamente enfocado en aquello que prometía volúmenes y dejaba al mismo tiempo altos márgenes.

En un marketing donde reina casi monopólicamente el análisis y se niega la intuición, más preocupado por lo “emocional” que por ofrecer una fantástica experiencia de uso, y donde muchos no encuentran todo el sentido ni la pasión en lo que hacen, quizá sea interesante pararnos y preguntarnos: ¿qué haría Steve en mi lugar?