



Mercadotecnia Estratégica

Análisis del Cliente (Método Kano): Caso Samsung Galaxy S8



Galaxy S8 | S8+

www.christiancruzcastro.com

Facebook: @christian.investigador

christiancruz3@yahoo.com

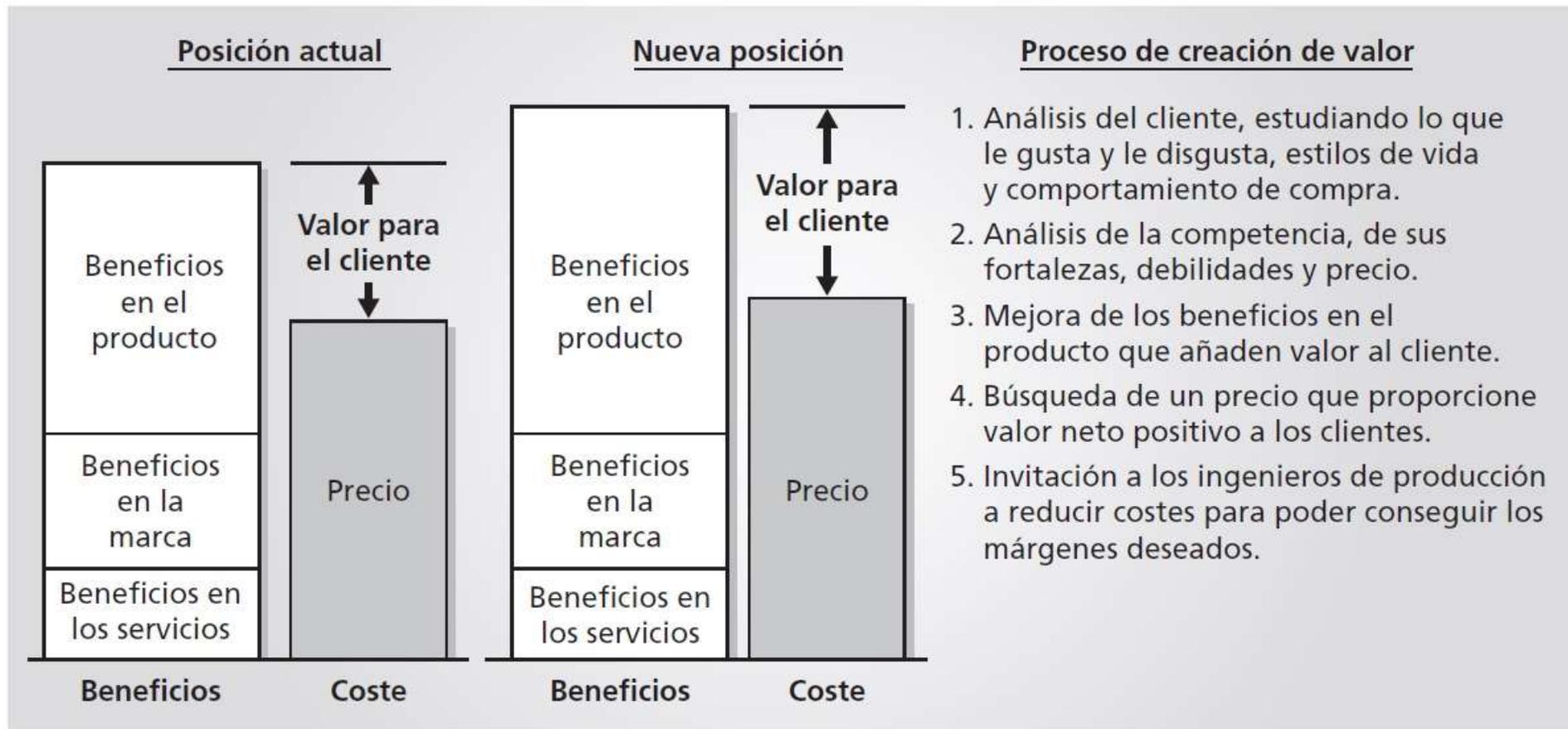
1. Presentación del producto: Samsung Galaxy S8



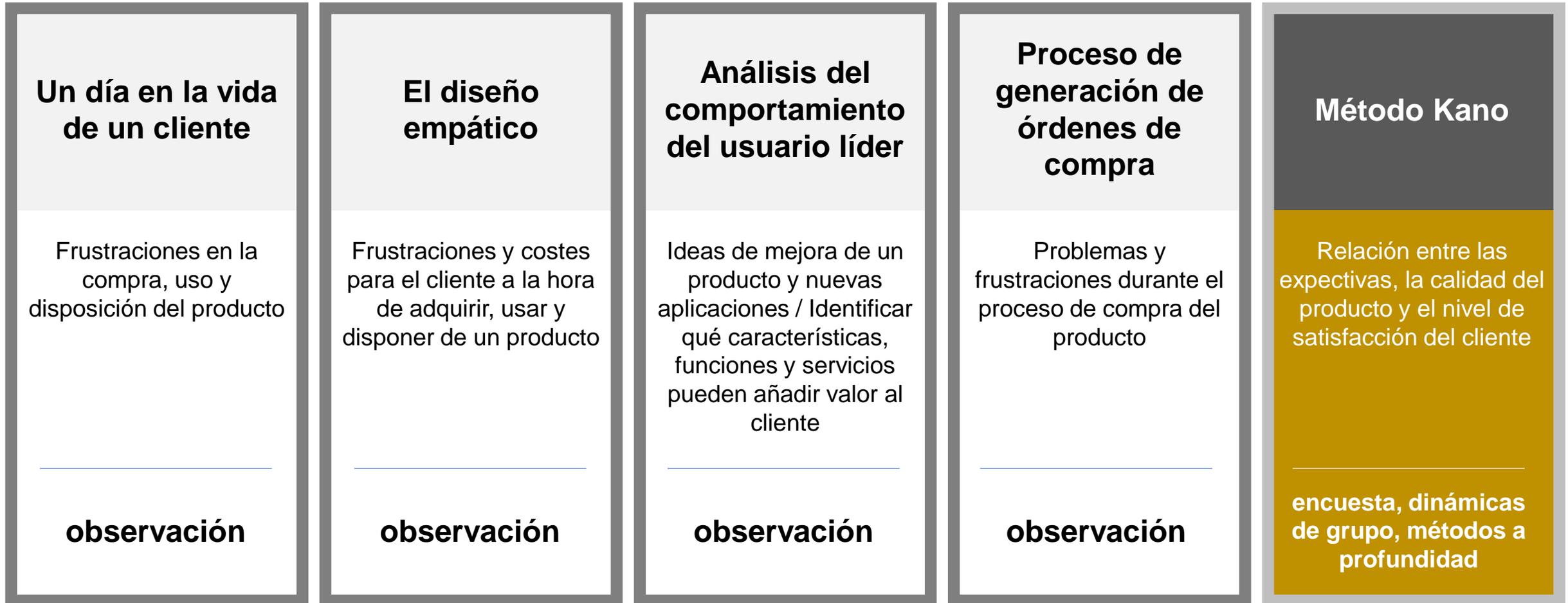
Entre las mejores cámaras (fotos) en la actualidad

2. Teoría: Análisis del cliente y creación de valor

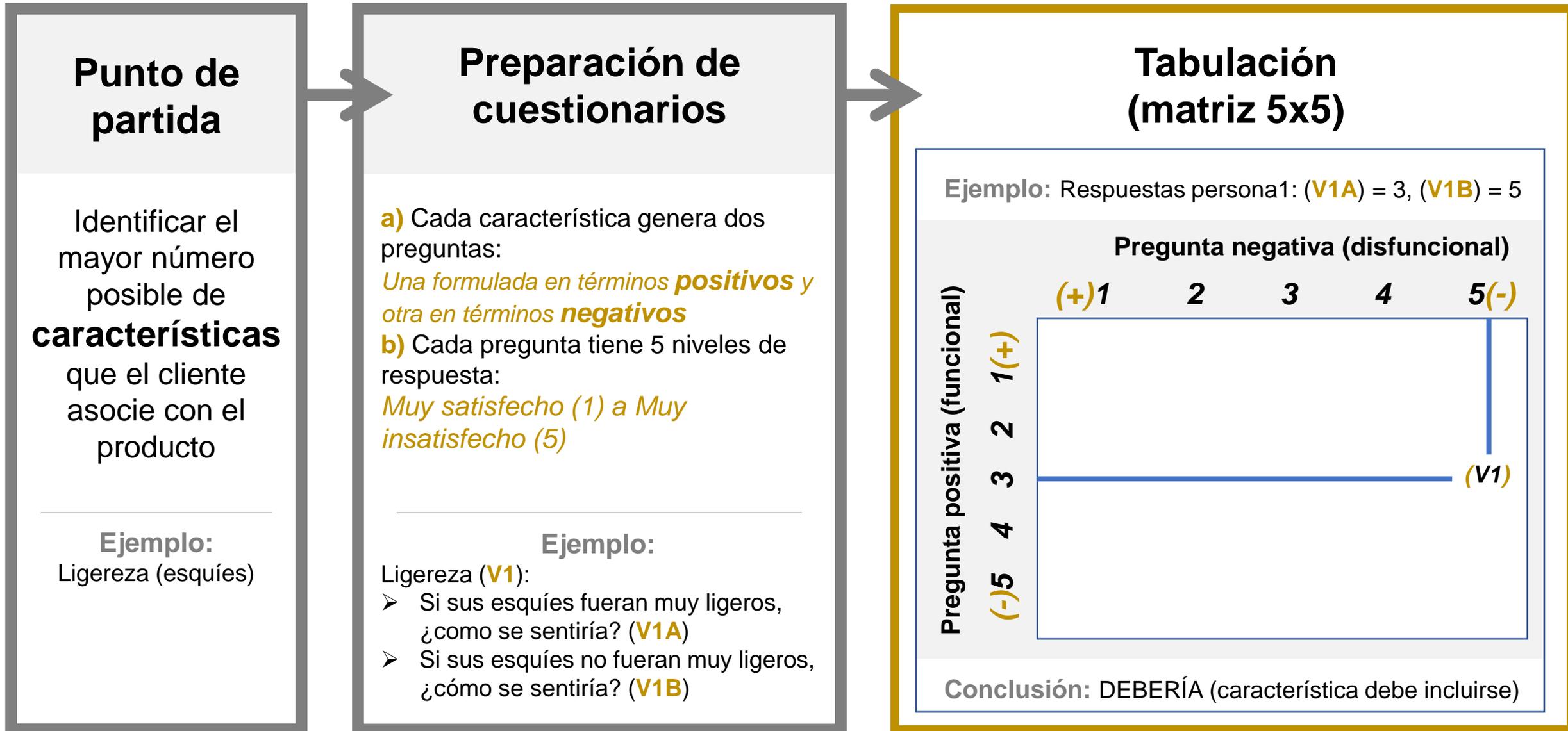
FIGURA 4-1 EL PROCESO DE CREACIÓN DE VALOR EN LOS USARIOS DE LEXUS



2.1 La identificación de los **beneficios de los clientes**



2.2 El método Kano



Tipos de características

Tipos	Descripción	Identificación
1. Características Básicas (debería)	Su ausencia puede suponer que el cliente no tiene ningún interés en el producto. Su presencia no incorpora mayores niveles de satisfacción.	(+) Funcional (<i>Vertical</i>): 2,3,4 (-) Disfuncional (<i>Horizontal</i>): 5
2. Características de resultados (lineal)	Tienen un impacto directo en la satisfacción del cliente. La mejora de su calidad aumentaría la satisfacción del cliente y unas malas prestaciones ocasionarían su insatisfacción.	(+) Funcional (<i>Vertical</i>): 1 (-) Disfuncional (<i>Horizontal</i>): 5
3. Características de entusiasmo (atractiva)	Son los requisitos que el cliente no espera o no expresa, pero que si se dan, contribuyen a la mejora de la satisfacción del cliente. Si no existen esas características el cliente no se muestra insatisfecho. Se trata de motores ocultos de posibles mejoras de valor ofrecido al cliente.	(+) Funcional (<i>Vertical</i>): 1 (-) Disfuncional (<i>Horizontal</i>): 2-4
4. Características de frustración (frustrante)	Son características que el cliente no desea y cuya presencia causa algún nivel de insatisfacción, pero la satisfacción no mejora si dichas características desaparecen. Algunos productos ofrecen demasiadas características que hacen que su uso resulte demasiado complicado para el consumidor. La eliminación de estas complejidades disminuiría la insatisfacción del cliente, pero no aumentaría su satisfacción con el producto.	(+) Funcional (<i>Vertical</i>): 2-5 (-) Disfuncional (<i>Horizontal</i>): 1-4
5. Características indiferentes	Características que al cliente no le importan. Su presencia no es motivo ni de satisfacción ni de insatisfacción. Si no estuvieran, el nivel de satisfacción no cambiaría. La eliminación de estas características podría disminuir el coste del producto, sin afectar al nivel de satisfacción del cliente.	(+) Funcional (<i>Vertical</i>): 2-4 (-) Disfuncional (<i>Horizontal</i>): 2-4

Pregunta negativa (DISFUNCIONAL)

1 (Muy satisfecho)

2 (Debería ser así)

3 (Me da igual)

4 (Lo toleraría)

5 (Muy insatisfecho)

Pregunta positiva (FUNCIONAL)

1 (+)

2

3

4

(-) 5

Cuestionable	Atractivo Entusiasmo	Atractivo Entusiasmo	Atractivo Entusiasmo	Lineal Resultados
Frustrante	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Debería Básicas
Frustrante	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Debería Básicas
Frustrante	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Debería Básicas
Frustrante	Frustrante	Frustrante	Frustrante	Cuestionable

FIGURA 4-5 CUESTIONARIO PARA EL MÉTODO KANO

Posibles respuestas del cliente: usando la escala de cinco niveles «cómo se sentiría», responda a cada uno de las preguntas que se le formulan en términos positivos y negativos, para cada una de las distintas características del producto.

Ejemplo de formulación positiva de la característica: "si los bordes de sus esquíes se agarran bien en la nieve dura ¿Cómo se sentiría usted?"

Ejemplo de formulación negativa de la característica: "si los bordes de sus esquíes no se agarran bien en la nieve dura, ¿Cómo se sentiría usted?"

Respuesta del cliente:
¿Cómo se sentiría usted?

1. Me gusta así.
2. Debería ser así.
3. Me da igual.
4. No podría usar así el producto.
5. No me gusta así.

RESPUESTAS INDIVIDUALES DEL CLIENTE

Característica Número	Rendimiento del esquí	Respuestas
F1	Si los bordes de sus esquíes se agarraran bien en la nieve dura, ¿cómo se sentiría?	1 (me gusta)
	Si los bordes de sus esquíes no se agarraran bien en la nieve dura, ¿cómo se sentiría?	5 (no me gusta)
F2	Si sus esquíes tuvieran una superficie resistente al rayado, ¿cómo se sentiría?	1 (me gusta)
	Si sus esquíes no tuvieran una superficie resistente al rayado ¿cómo se sentiría?	4 (no podría)
F3	Si sus esquíes fueran muy ligeros, ¿cómo se sentiría?	3 (me da igual)
	Si sus esquíes no fueran muy ligeros, ¿cómo se sentiría?	5 (no me gusta)
F4	Si le proporcionáramos ofertas de recambio para sus antiguos esquíes, ¿cómo se sentiría?	1 (me gusta)
	Si no le proporcionáramos ofertas de recambio para sus antiguos esquíes, ¿cómo se sentiría?	5 (no me gusta)
F5	Si sus esquíes vinieran con un sistema antirrobo incorporado, ¿cómo se sentiría?	2 (debería ser)
	Si sus esquíes no vinieran con un sistema antirrobo incorporado, ¿cómo se sentiría?	5 (no me gusta)

FIGURA 4-6A EL MÉTODO KANO COMO HERRAMIENTA PARA VALORAR EL POTENCIAL DE SATISFACCIÓN E INSATISFACCIÓN DEL PRODUCTO

Característica Número	Definición de la característica	Atractiva (%)	Lineal (%)	Debería (%)	Indiferente (%)	Frustrante (%)	Cuestionable (%)	Potencial de satisfacción	Potencial de insatisfacción
F1	Agarre		67	26	7			67	-93
F2	Resistencia	63	23	10	4			86	-33
F3	Peso		2	82	16			2	-84
F4	Ofertas		57	18	23		2	58	-77
F5	Antirrobo	12		54	34			12	-54
F6	Diseño	73	4	21	2			77	-25
F7	Teléfono		10	10	10	70		10	-90
F8	Vídeo	10		10	75	5		10	-15

$$\text{Potencial de satisfacción de cliente} = \frac{(\text{Atractiva} + \text{Lineal}) \times 100}{(\text{Atractiva} + \text{Lineal} + \text{Debería} + \text{Frustrante} + \text{Indiferente})}$$

$$\text{Potencial de insatisfacción del cliente} = \frac{(\text{Lineal} + \text{Debería} + \text{Frustrante}) \times -100}{(\text{Atractiva} + \text{Lineal} + \text{Debería} + \text{Frustrante} + \text{Indiferente})}$$

3. Planteamiento de objetivos

a

Asignatura

Análisis de las expectativas de los usuarios de smartphones y cálculo del potencial de satisfacción e insatisfacción de las cámaras (fotos)

Conceptos de estudio:

Características básicas, de resultados, de entusiasmo, de frustración, de indiferencia, potencial de satisfacción, potencial de insatisfacción

Método de investigación:

Cualitativa y Cuantitativa,
método Kano,
encuesta



WORD
por equipos

4ª edición

Marketing estratégico

Roger J. Best

PEARSON
Prentice
Hall

www.FreeLibros.net

b

Contenidos

- 1) En este inciso se describirán cuáles son las actividades a realizar
- 2) Para realizar tales actividades será necesario consultar el libro de **Marketing estratégico**, Capítulo 4
- 3) Da click en el ícono de la mano para descargar

b1

Identificación de características clave

- a) Identifica el mayor número de características clave posible
 - a1) Indica cuáles son y qué fuentes consultaste para encontrarlas
- b) Elabora el cuestionario para el método Kano
 - b1) Incluye el formato
- c) Aplica el cuestionario a mínimo 7 personas
 - c1) Incluye (inserta) la base de datos
 - c2) Presenta la barra de frecuencias de los 5 tipos de características
- d) Calcula el potencial de satisfacción e insatisfacción
 - d1) Presenta gráficamente los resultados
 - d2) Presenta un análisis de los resultados
(¿cuáles son los atributos a desarrollar por parte de los fabricantes?)

NOTA:

Específicamente se van a analizar las características de las cámaras de los smartphone. No se va a analizar una marca en particular, sino el producto en lo general.

Pág. 103-108

Pág. 106

Pág. 107



a. Anexo 1: Entrega

a

Nombre del archivo

(Actividad #) _ (Apellido Paterno,
Inicial del Nombre del Representante
de equipo) _ (Materia)

Ejemplo:

Actividad3_CruzC_Practicum1

b

Portada

- a) Enviar la actividad en Word o PDF
- b) La portada debe incluir:
 - b1) Nombre de todos los integrantes del equipo
 - b2) Número de actividad y nombre de la materia

c

Referencias

- a) Se sugiere incluir referencias de libros, revistas, páginas web, etc., para darle mayor peso al trabajo
- b) Incluir las referencias en formato APA

d

Ortografía

- a) Se descontará un punto si existen 3 errores ortográficos
- b) No se tomará en cuenta la actividad si existen 5 errores ortográficos