

60 / LAS PROVINCIAS

ECONOMIA

Miércoles, 25 de septiembre de 1996

*Según el experto, compramos lo mismo que los demás*

## Jack Trout: "Los consumidores no saben lo que quieren y siguen al rebaño"

El experto en marketing Jack Trout comentó ayer durante una conferencia ofrecida en Valencia que las mentes de los consumidores "son inseguras, por eso las personas compran lo mismo que los demás". Trout, considerado una de las perso-

nalidades más valoradas como consultor de estrategias empresariales, dijo que "los consumidores no saben lo que quieren y la mayoría sigue al rebaño". Trout expuso ayer su teoría sobre "El posicionamiento de la empresa".

Trout visitó Valencia invitado por Bancaixa y el Banco de Valencia y explicó a una representación del empresariado valenciano lo que significa este término: "es el juego de la empresa para alcanzar un lugar en el mercado".

El experto en marketing definió la mente de los consumidores como "un campo de batalla en el que hay que luchar para atraerlos hacia el producto o servicio que tú ofreces".

Trout apuntó que la gente "se mueve por percepciones y no busca lo mejor del mercado, sino lo primero".

Para Trout las personas a la hora de consumir buscan "lo fácil y evitan lo complicado". A su juicio, la sociedad consumidora "no quiere correr riesgos de ningún tipo, ni sociales, ni económicos ni psicológicos".

### Cuatro estrategias

Según él, las empresas pueden luchar contra esta inseguridad aplicando cuatro estrategias. Una primera que consiste en igualar a toda la sociedad y "subirla en el mismo vagón".

La segunda estrategia se centra en la utilización de testimonios de personajes famosos a la hora de realizar la publicidad. Trout puso como ejemplo el anuncio en el que Ronald Reagan está firmando paquetes de cigarrillos.

La tercera estrategia comercial que apuntó fue la de la emulación. Este experto considera que la mayoría de las personas "quieren copiar a la gente que es superior a ellas".



FOTO ARCHIVO

Jack Trout visitó ayer Valencia.

Como última estrategia Trout señaló que las empresas pueden vender la herencia, "ya que la gente se fía de productos con muchos años de antigüedad", añadió.

Por otra parte, Jack Trout, que también es presidente de la empresa Trout & Partners, es el creador de las 22 leyes inmutables del marketing entre las que se encuentran la ley del liderazgo

que dice que "es mejor ser el primero que ser el mejor" y la ley de la perspectiva según la cual "los efectos del marketing son a largo plazo".

Otras leyes son las de la categoría: "si usted no puede ser el primero en una categoría, cree una nueva en la que pueda ser el primero"; y la ley de la mente: "es mejor ser el primero en la mente que en el punto de venta".