



Diversificación en la amplitud y profundidad

Define objetivos



Introducción

¿Qué?

Con esta ayuda de estudio aprenderás conceptos para formular mejores estrategias en la gestión de la imagen de una empresa.

¿Cómo?

Mediante los conceptos de amplitud y profundidad de productos y servicios.

¿Cuándo?

Una vez que defines objetivos, debes analizar la amplitud y profundidad de lo que ofrece la empresa, con el fin de hacer una estrategia más acertada que tome en cuenta su diversificación.



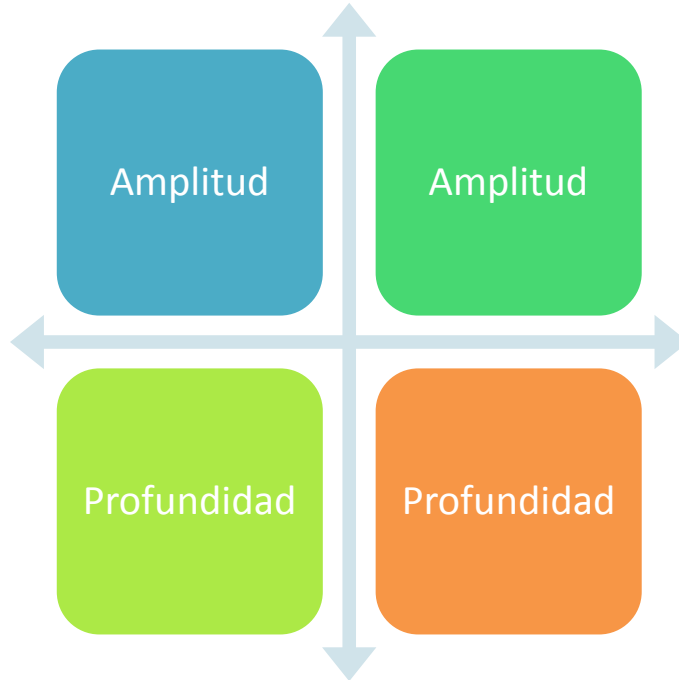
Definición de objetivos

Pasos para definir un objetivo para la estrategia:

	Identifica...	Qué te debes preguntar	Indicador
1	Actividad a la que se dedica	¿Qué hace?	Productos fabrica, su diversificación y la profundidad de cada uno. Si brinda servicios, conoce cuáles son.
2	Filosofía de la empresa	¿Cómo lo hace?	Qué principios o valores rigen su estructura y forma de operación.
3	Contexto	¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none"> • Su participación en el mercado • El manejo de su empresa o negocio hasta el momento • Motivo por el que requiere de tus servicios • Problemáticas o deficiencias que percibe actualmente dentro de su estrategia de publicidad.



Conceptos



Amplitud

La amplitud esta definida por las líneas de producto que ofrece la empresa. Es horizontal. Por ejemplo, una empresa de bebidas puede ofrecer refrescos, aguas y té.

Profundidad

La profundidad se define por la diversidad ofrecida en cada línea de producto. Es vertical. Retomando el ejemplo, pueden ser refrescos de cola, de sabor; agua simple, mineralizada o de sabor; y en el caso del té, puede ser verde, negro, entre otros.



Conclusión

Diversificación

La diversificación es la variedad de productos o servicios, ya sea en la amplitud o en la profundidad de una línea de productos. Veamos algunos ejemplos:

- Una empresa con gran diversificación en amplitud y poca en profundidad sería una papelería con muchas líneas de productos: Pañuelos, papel higiénico, servilletas.
- Una empresa con poca amplitud y mucha diversificación en la profundidad sería una manufacturera de celulares con varios productos pero sólo una línea: Modelos tipo S, Note, L, X, G.
- Por último una empresa con mucha diversificación tanto en amplitud como en profundidad sería una empresa de varias bebidas: Refrescos.- De cola, de sabor, light, combinaciones. Té.- light, verde, negro, light. Agua.- Simple, de sabor, mineralizada.

Recuerda siempre conocer la diversificación en amplitud y profundidad de los productos o servicios de la empresa con la que colaboras.