

MARKETING SOCIAL



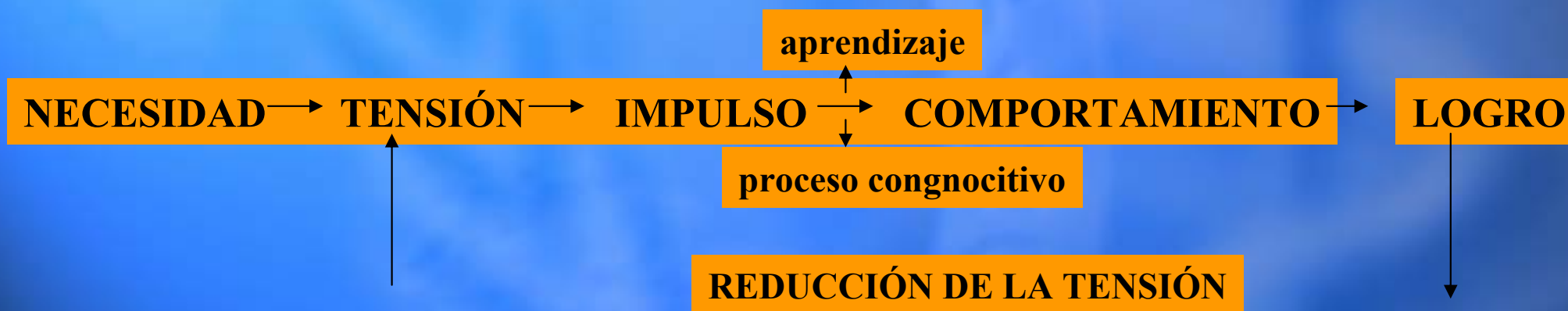
**ESFUERZO *ORGANIZADO* CONDUCIDO POR
(*AGENTES DE CAMBIO*) QUE PRETENDEN
CONVENCER A LOS *DESTINATARIOS* QUE
ACEPTEN, MODIFIQUEN O ABANDONEN
DETERMINADAS *IDEAS, ACTITUDES,*
*PRÁCTICAS Y CONDUCTAS***





MOTIVACIÓN

FUERZA IMPULSADORA DENTRO DE LOS INDIVIDUOS QUE LO EMPUJA HACIA LA ACCIÓN



LAS NECESIDADES CAMBIAN CONSTANTEMENTE EN RESPUESTA A:



❖ *CONDICIÓN FÍSICA*

❖ *MEDIO AMBIENTE*



❖ *EXPERIENCIAS*



❖ *PERSONALIDAD*





LA REALIDAD



**FENÓMENO TOTALMENTE PERSONAL
BASADO EN:**

- **NECESIDADES**
- **CREENCIAS Y VALORES**
- **EXPERIENCIAS PERSONALES**





LA PERCEPCIÓN



FORMA EN LA QUE VEO EL MUNDO QUE NOS RODEA

ESTÍMULO → RECEPTORES SENSORIALES → SENSACIÓN



LAS PERSONAS EN GENERAL VEN LO QUE ESPERAN VER

❖ **EXPOSICIÓN SELECTIVA**

❖ **DEFENSA PECEPTIVA**

❖ **BLOQUEO PERCEPTIVO**

***RIESGO:* INCERTIDUMBRE QUE
ENFRENTAN CUANDO NO PUEDEN
PREVER LAS CONSECUENCIAS DE SUS
DECISIONES**



“ LOS DIEZ MANDAMIENTOS ”

1. **TENER UNA ESTRATEGIA**
2. **DEFINIR OBJETIVOS**
3. **CONOCER EL CONTEXTO**
4. **INVENTARIAR RECURSOS**
5. **DESARROLLAR UNA PROPUESTA**
6. **DEFINIR Y CONOCER EL TARGET**
7. **ORGANIZARSE**
8. **PRESUPUESTAR**
9. **LOS OTROS TAMBIEN JUEGAN**
10. **ESTRATEGIA PARA GANAR**

