

COMUNICACIÓN | SERVICIO AL CLIENTE | VENTAS | CASOS | ESTRATEGIA

EMPRENDIMIENTO

Buscar en bienpensado.com...

## NUGGETS DE MERCADEO: CATERPILLAR Y SU ESTRATEGIA DE EXTENSIÓN DE MARCA



¿Hasta dónde deben migrar las marcas para que sigan siendo coherentes con su posicionamiento?

La respuesta es hacia las categorías donde su posicionamiento sea consecuente. Donde pueda apalancar la imagen de la marca y trasladar esos valores asociados con el producto. Si se requiere construir un nuevo posicionamiento, es una tarea mucho más costosa y con menores probabilidades de éxito, la cual tomará varios años en fortalecer.

LA PENSADERIA

RECIBA SEMANALMENTE NUESTROS NUTRITIVOS TIPS COMERCIALES

SUSCRIBIRSE

ADQUIERA LIBROS POR VOLUMEN AUTOGRAFIADOS

VER MÁS

Cómo negociar sin bajar el precio

CURSO ONLINE Las 3 cartas de NEGOCIACIÓN

VER MÁS

Por eso las extensiones de marca tienen sentido cuando capitalizan la imagen que ya el mercado tiene de sus productos; cuando tiene un camino recorrido hacia las razones de preferencia.

Veamos el ejemplo de la marca **Caterpillar**. Reconocida históricamente por sus equipos y maquinaria para obras de construcción; se ha enfocado en reforzar el posicionamiento de marca ruda, fuerte y resistente, validado por su maquinaria pesada.

Esto es lo que podríamos llamar segmentación por estilo de vida. Al estar la marca Caterpillar asociada con trabajo pesado, las demás líneas de producto (juguetes, ropa y accesorios), están asociadas directamente con este estilo de vida. Personas que de alguna manera se identifican con los valores de la marca y lo expresan en otras categorías que consumen.

El desarrollo de la marca Caterpillar en otras categorías diferentes a maquinaria ha sido tan fuerte, que incluso cuentan con su propia **tienda en línea** para la compra de artículos y accesorios.



Maquinaria Caterpillar: rudeza y trabajo pesado



**10 LEYES BUENO, BONITO Y CARITO**

**LAS 10 LEYES INQUEBRANTABLES DE BUENO, BONITO Y CARITO**

TAMBIÉN RECIBIRÁ SEMANALMENTE NUESTROS TIPS COMERCIALES

**DESCARGAR AUDIO**



**NUEVO LIBRO**

**YELLOW**

IMPRESO DIGITAL AUDIOLIBRO BANDA SONORA

**VER MÁS**



**50 formas de enamorar a un cliente**

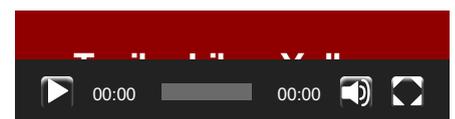
TAMBIÉN RECIBIRÁ SEMANALMENTE NUESTROS TIPS COMERCIALES

**DESCARGAR EBOOK**

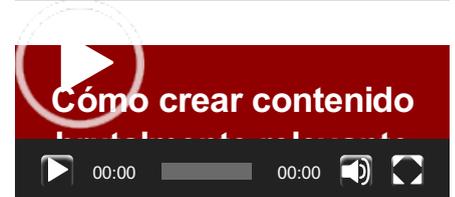


**Suscriptores totales**

**295,206**



00:00 00:00



**Cómo crear contenido**

00:00 00:00

**El principal error de un**

00:00 00:00



Tienda en línea para ropa y accesorios



Línea de ropa y accesorios



Exhibición de juguetes Caterpillar

En **este comercial** de zapatos Caterpillar se puede observar



la asociación de la marca a base central de posicionamiento: maquinaria.

## Artículos Relacionados

			
Breve historia de las marcas: Red Bull	Sólo en la tierra de Gabo: Helados Macondo, hechos...	Nuggets de Mercadeo: Campaña contra el Alzheimer	Nuggets de Mercadeo: J. García López, reinventando...
			
Ejemplos de Marketing: Estimulación del consumo pa...	Nuggets de Mercadeo: Extensión de marca para atra...		

 Share < 45  Tweet < 1  Share < 0  Email < 0 



### David Gómez

Autor de [Yellow](#), [Detalles que Enamoran](#), [Bueno, Bonito y Carito](#), [El día que David venció a Goliat](#) y Facebook



Toolbox. Antes de fundar Bien Pensado trabajó para compañías como Coca-Cola, DuPont, Avery Dennison, Varta Rayovac y el Grupo Latino de Publicidad. Administrador de Empresas, Especialista en Psicología del Consumidor y MBA. Colombiano, lector compulsivo, testarudo por naturaleza y optimista por convicción.

← **Tips y trucos para mejores búsquedas**  
en ...

**Nuggets de Mercadeo: Cuando la imagen**  
de... →

## Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con \*

### Comentario

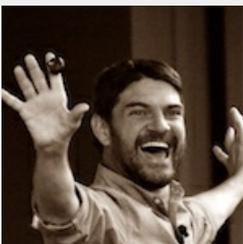
Nombre \*

Correo electrónico \*

Web

Publicar comentario

### DAVID GÓMEZ



Director de Bien Pensado. Autor de Yellow, Detalles que Enamoran, Bueno, Bonito y Carito, El día

que David venció a Goliat y Facebook Toolbox. Antes de fundar Bien Pensado trabajó para compañías como Coca-Cola, DuPont, Avery Dennison, Varta Rayovac y el Grupo Latino de Publicidad. Administrador de Empresas, Especialista

### SÍGANOS EN FACEBOOK



Be the first of your friends to like this



en Psicología del Consumidor y MBA.  
Colombiano, lector compulsivo, testarudo  
por naturaleza y optimista por convicción :)

©2019 Bien Pensado.