Las Ultimas Noticias, 05 Mayo de 2010

UF 21.035,00 → Dólar informal Comprador: 523,00 / Vendedor: 533,00 → Euro informal Comprador: 690,00 / Vendedor: 700,00 → UTM Mayo 36.899 → IPC Marzo 0,1% → IVP 21.905,04

Cristopher Cheetham y Alfredo Acle, organizan el evento.

DAVID ALARCÓN

Estrategia de márketing para incluir un nicho de mercado, dicen en Inalco

Automotora se lanza a la conquista del mundo gay

En alianza con el sitio www.gayting.cl convocan para hoy a un evento de promoción especial.

MAURICIO RUIZ

Se le puede dar una interpretación valórica, antropológica o de inclusión de una minoría, pero en Inalco, distribuidor de la marca Chevrolet, son muy directos a la hora de explicar las razones del evento comercial que tienen hoy en su casa matriz: "Queremos vender más", dijo el gerente de márketing, Alfredo Acle.

Hasta Bellavista 0832, desde las 20:30 horas, se espera que lleguen suscriptores de la página web www.gayting.cl, que es una red social que pretende reunir a la comunidad gay y que a sólo ocho meses de su lanzamiento ya lleva más de dos mil inscritos.

Acle reconoció que es una apuesta atrevida por lo inédito del nicho al que quieren conquistar, pero insiste que es una decisión comercial que no se acaba con el evento de hoy, porque incluso van a tener un ejecutivo de venta exclusivo para atender al núcleo gay. "Así como tenemos ejecutivos para grandes empresas, también habrá uno para atender a este grupo, que sea una atención bien personalizada y beneficios exclusivos", contó.

"Se estima que la comunidad gay es como el 10% de la población", acotó Cristopher Cheetham, dueño del sitio gayting.cl.

Él no es gay, pero hizo un estudio de mercado para hacer su negocio con el que apuesta una alta rentabilidad: "Además de ser una red social gay, nuestro objetivo es ser un referente de márketing para las empresas que quieren atacar este segmento".

Cheetham recordó que el homosexual ABC1 tiene un alto nivel de consumo: "Gana en promedio 3,5 millones de pesos y sale a divertirse cinco veces a la semana en promedio. Y el estrato más bajo que el ABC1 es aspiracional y, por lo tanto, también consume harto".

Rolando Jiménez, presidente del Movilh, recordó que las empresas se están atreviendo a ser más explícitas en las ofertas al mundo gay. "Las Termas de Chillán hizo una vez una oferta exclusiva también. Esto ayuda a ir permeabilizando el comportamiento conservador de las empresas".

5 SUCURSALES tiene en Santiago Inalco, que posee el 10% de las ventas de Chevrolet en Santiago.

OPINIÓN DE EXPERTOS

Apuesta atrevida

Aveo, Corsa y Camaro, con costos 5,5 millones y 28 millones, son los estilosos modelos que se ofrecerán hoy a los clientes que lleguen al evento, de Inalco, que también ofrecerá música y malabarismo.

Una acción de márketing que los expertos la califican de arriesgada. "Es atrevida porque, querámoslo o no, estamos en un país conservador, donde los clientes que no estén de acuerdo con estas manifestaciones pueden expresar su malestar y no volver a comprar en esa automotora", dice Washington Saavedra, académico de la Universidad Central.

Cristián Leporatti, director de Publicidad de la Universidad Diego Portales, también lo ve como una atravimiento, pero lo aplaude. "Se dice que un 10% de la población es gay, lo que no es menor, pero la marcas asumen esa potente cifra que tiene un segmento que consume harto aquí y en todo el mundo".