

**Ejercicio de realización individual: Guía de preguntas – Clave de corrección**

**La siguiente es la clave de corrección para las consignas del ejercicio.**

**Lea el caso mencionado y responda las siguientes preguntas. Cada respuesta debe contener no más de 50 palabras por respuesta:**

1. ¿Qué se propone The Fashion Channel (TFC)?

**Clave de corrección:** The Fashion Channel, red de televisión por cable dedicada a la programación orientada a la moda durante las veinticuatro horas del día, se está preparando para un cambio en el enfoque de marketing tradicional de la compañía mediante la introducción de programa de segmentación del mercado. Este programa es, en parte, una respuesta al entorno competitivo de intensificación durante TFC.

2. ¿Cuáles son los principales desafíos que debe enfrentar TFC?

**Clave de corrección:** Se necesita fortalecer el éxito de la marca de la empresa y su posicionamiento con los espectadores y anunciantes. Al mismo tiempo, el programa debe mantener la satisfacción del consumidor y distribuidor con la red.

3. ¿Cuáles eran las 3 opciones de segmentación planteadas?

**Clave de corrección:** Hay varias opciones de segmentación que están siendo consideradas, cada uno con ventajas y contras:

Escenario 1: Base de segmentación amplia

Escenario 2: Enfoque Fashionista

Escenario 3: Fashionistas + Planificadores/Compradores

4. Describa las ventajas y debilidades de cada una de las opciones presentadas.

**Clave de corrección:**

Escenario 1: Base de segmentación amplia

- ✓ Mínimo cambio a partir del enfoque actual (el de abandonar el segmento básico)
- ✓ No crecer en ingresos
- ✓ Los competidores también pueden decidir hacer publicidad, lo cual podría afectar la capacidad de crecer según lo previsto en este escenario.
- ✓ Dificultad para crear un posicionamiento significativo para todos esos consumidores y necesidades.

Escenario 2: Enfoque fashionista

- ✓ Esta sería la opción más de nicho que puede ayudar en el posicionamiento (dueño de la posición). Sin embargo, existe un riesgo si los cambios de moda y de las redes de distribución no está por delante del cambio.
- ✓ Riesgo de que un gran compromiso hacia los *fashionistas* podría ser negativo para muchos espectadores actuales, es posible que resulte en la insatisfacción del consumidor con el canal. Esto podría causar un nuevo riesgo de retroalimentación negativa con la red de distribución.
- ✓ El segmento es pequeño y probablemente ser un objetivo obvio para los competidores quienes no necesiten completar una programación de 24x7.
- ✓ El impacto en finanzas es positivo, aun con el gasto incremental de programación.

Escenario 3: Fashionistas + Planificadores/Compradores

- ✓ Esta opción le da flexibilidad para orientarse a dos segmentos muy atractivos y tiene potencial para alcanzar grandes audiencias.
- ✓ Un desafío creativo es desarrollar un mensaje para atraer a ambos segmentos. En este punto los estudiantes podrían discutir sobre como esto podría ser logrado o dar ejemplos de productos que lo han hecho de manera exitosa.

5. ¿Qué otros aspectos tenía que considerar Dana Wheeler al momento de realizar su presentación?

**Clave de corrección:** Se deben evaluar los resultados de la investigación, el cálculo de escenarios financieros, y hacer una recomendación. Además se deben analizar otras cuestiones relacionadas con la gestión del cambio. TFC nunca ha hecho un programa como estos. Dana Wheeler, además de hacer una recomendación, debe gestionar el proceso de cambio para asegurar que la organización y sus compañeros del equipo estén completamente alineados.