

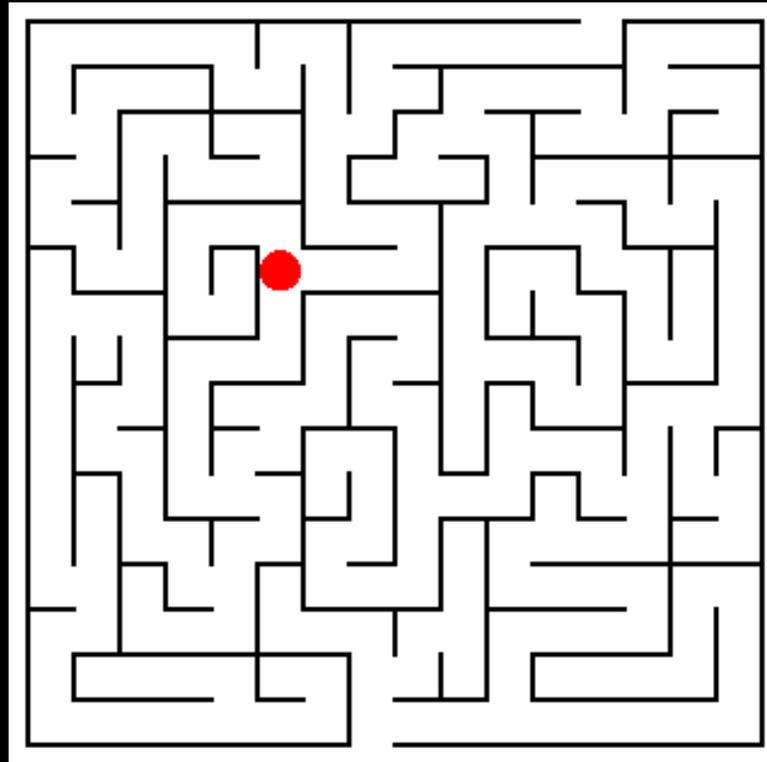
# **SIMPLICITY MARKETING**

**Como seducir al cliente sin agobiarlo en el intento**

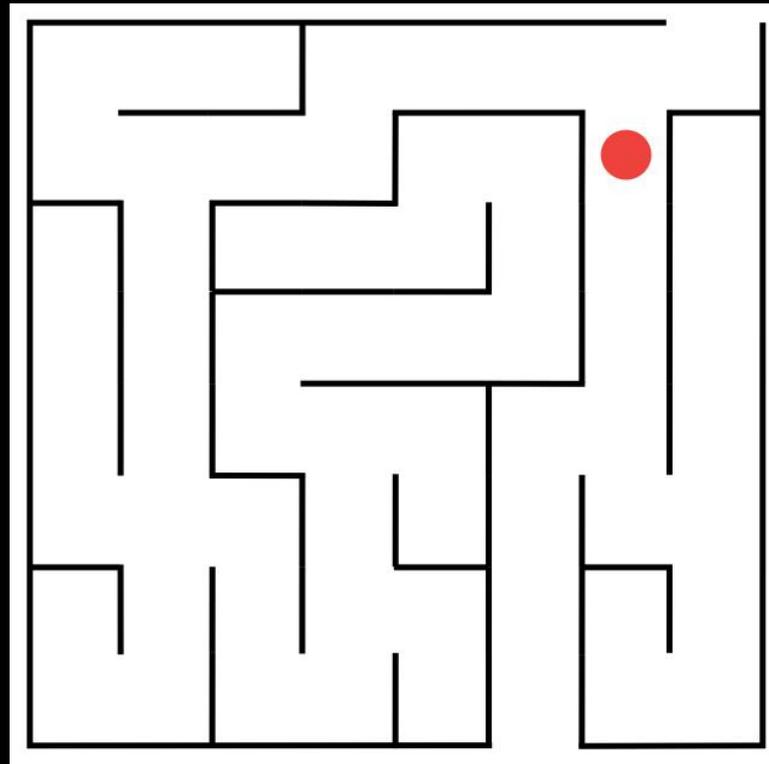
**La palabra clave: demasiado**

**Demasiado para hacer,**  
**demasiado para enfrentar,**  
**demasiadas restricciones,**  
**demasiado ruido,**  
**demasiadas cosas que exigen nuestra atención,**  
**demasiadas oportunidades,**  
**demasiadas opciones.**

**La complejidad no debe admirarse, debe evitarse.  
(La falta de sencillez lo estropea todo)**



**Lo verdaderamente inteligente es restar, no sumar.**



**Lo complejo es una barrera.**

**Lo sencillo, una puerta abierta.**

**Lo difícil de entender hace “tonto” al usuario.**

**Lo sencillo, lo hace “listo”.**

**El viejo paradigma:**  
**Cuantas más opciones, mejor,**  
**más posibilidades de negocio.**



El nuevo paradigma: **KISS**



El nuevo paradigma: **KISS**

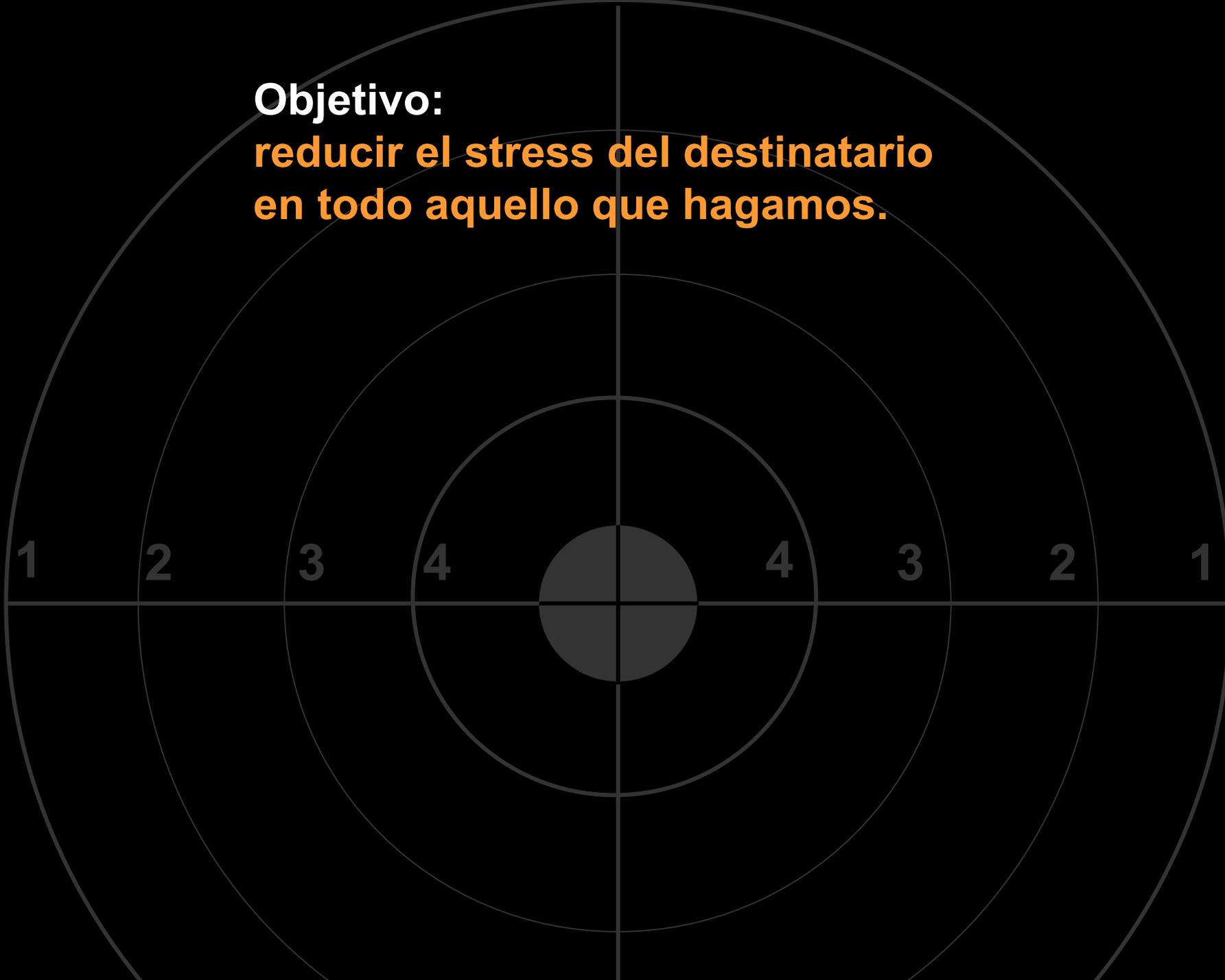


**Keep it Simple, Stupid !**

**“Fácil y rápido”** dos conceptos ganadores,  
cada vez más apreciados.

**Objetivo:**

**reducir el stress del destinatario  
en todo aquello que hagamos.**



1 2 3 4 4 3 2 1



**Pregunta clave:**  
**¿es suficientemente  
sencillo y simple?**

**Lo complejo solo es pensamiento aparente.**



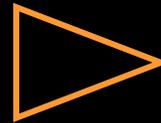
**Una formulación simple es una demostración de que realmente se ha pensado mucho para poderla sintetizar.**



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

Reemplazar:

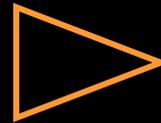
Substituya algo complejo por algo más simple (cómodo).



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

**Reemplazar:**

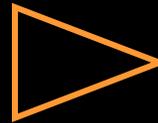
**Substituya algo complejo por algo más simple (cómodo).**



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

**Recombinar:**

**Unir lo que estaba separado y ofrecer así soluciones integradas.**



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

**Recombinar:**  
**Unir lo que estaba separado y  
ofrecer así soluciones integradas.**



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

Reposicionar:  
Sobre la promesa de simplicidad. Está al caer.



A screenshot of the ING DIRECT website homepage. The header features the ING DIRECT logo with the tagline "[tu otro banco]". Navigation links include CUENTAS NARANJA, FONDOS DE INVERSIÓN, PLANES DE PENSIONES, DEPÓSITOS NARANJA, BROKER NARANJA, and HIPOTECA NARANJA. A navigation bar contains "NOTICIAS ING" and "NUEVO Depósito a 3,30 % T.A.E.". A prominent orange banner advertises "NUEVA HIPOTECA NARANJA EURIBOR + 0,33 (4,02% T.A.E.\*)". Below this, there are three promotional boxes: "Nuevo Depósito a un mes" with a 7% T.A.E. offer, "NUEVA CUENTA NÓMINA" with a 2% interest rate, and "NUEVO DEPÓSITO BOLSA GARANTIZADO". The footer includes a disclaimer and navigation links for "Enlaces Directos", "Aviso Legal", "Mapa", "Seguridad", "Información Legal", and "ING DIRECT NV Sucursal en España".

# Las cuatro R del Simplicity Marketing

## Reponer:

**Poner a disposición del consumidor una cantidad continua de productos sin defectos y sin rotura de stocks.**

**(Tiempo y conveniencia, elementos básicos en la cadena de valor)**



# Las cuatro R del Simplicity Marketing

**R**eeemplazar  
**R**ecombinar  
**R**eposicionar  
**R**eponer

**En suma,  
sencillez visible,  
complejidad invisible.**

**El Marketing es un juego en el que la  
idea simple derrota a la compleja y  
donde la idea única vence a los  
esfuerzos múltiples.**

**Un ejemplo muy actual:**

***“Hay que trabajar más  
y ganar menos”.***

**Hay que hacer que 5  
trabajen como 10  
y pagarles como a 8**

**Os recuerdo que...**

**simple también**  
**es sinónimo de tonto.**

**( No os confiéis )**