

## **Fuzzy Marketing**

### **Juan Carlos Alcaide**

Me he terminado de leer Fuzzy Marketing. Y lo siento mucho, pero no me ha gustado mucho (aunque te aconsejo leerlo, claro). Explico mis razones:

- Hay en el título una promesa de un modelo, de un marketing nuevo, de un marketing que, llamado Fuzzy (difuso, entiendo), es algo diferente.

Lo siento mucho, pero aunque los autores se esfuerzan en la parte final del libro en presentar un modelo, o al menos mencionar la palabra, yo no lo encuentro. No encuentro nada con suficiente fuerza para que se pueda hablar de un modelo.

- El libro tiene muchas cosas interesantes, que no son tan nuevas, o que otros han investigado también sin tantas pretensiones (por ejemplo, los autores hablan de cosas que parecen nuevas, pero son a mi juicio, de toda la vida, como el concepto de insights:  
o Me gusta mucho su análisis (breve) del mundo del lujo:

- Descenso generalizado de las fortunas
- Servicio impecable
- Lujo discreto

Aunque no veo nada nuevo bajo el sol, y el libro, en si mismo se posiciona como rompedor. No lo es.

o Me gusta mucho el análisis, aunque breve (también) de las pop up stores

o No me gusta mucho la mezcla de estilos, quizá por ser dos autores: tan pronto teoriza como mezcla supuestos diálogos de una empresa (llamada Liquid y que sirve para ejemplificar las decisiones del supuestamente nuevo y difuso-fuzzy marketing).

o Hay ejemplos interesantes de detección de fugas de clientes y prevención del churn. Es, de hecho, lo que más me ha gustado del libro

o En general habla de todas las nuevas tendencias del marketing, pero no he encontrado sólidos nexos, ni claras sugerencias de actuación:

- Sociedad Líquida. Partiendo del concepto de Bauman, se nos presenta al consumidor individualista e hiperacelerado.

- Conectividad. Uso de la tecnología para poder acceder a todo desde cualquier lugar.

- Masificación del lujo. La clase media dedica parte de sus ingresos al lujo y otros a la marca blanca.

- Multiculturalidad – Fusión. De primero tomaré Wan-tun frito, de segundo sushi y de postre un tiramisú.

- Emotionlandia. No quiero que me vendas, necesito que me seduzcas.

- Adultescentes. Para que crecer, si dentro de la burbuja se está muy bien.

- Escepticismo y Paradoja. El villano es el héroe o el héroe es el villano.

- Back to Basics. Prefiero una ensalada cultivada con mis manos que el caviar a cambio de trabajar 12 horas.

Personalmente me ha gustado y me ha aportado valor el enfoque de Volver a lo Básico.

Espero no molestar a nadie, pero el libro presenta un montón de ideas excelentes y a mi me ha dejado con la miel en los labios. He encontrado que es un libro un poco Fuzzy. Deseo mucho éxito a los autores, de todo corazón: sé lo duro que es hacer un libro.