

La fiebre de Costco



Seguramente te has topado con memes, videos y noticias sobre la sensación viral del momento “Costco”, un club de precios que ha atraído la atención de un grupo extenso de consumidores que en su búsqueda por emprender, han convertido sus negocios en puntos de reventa de los pasteles y productos que comercializa esta cadena.

Uno de los casos que ha causado gran revuelo en redes sociales en los últimos días han sido las famosas roscas de día de reyes; era tal la necesidad por obtener el producto, que las personas hacían colas para ingresar a la tienda desde horas antes de su apertura, tratando de asegurar su oportunidad de obtener los productos ya sea para consumo propio o como fuente de ingresos para los negocios dedicados a la reventa.

Lanzamiento de su nuevo postre

La empresa ha decidido seguir alimentado el capitalismo y la euforia de sus consumidores lanzando al mercado un postre que combina los sabores de la crema de cacahuete y del chocolate muy al estilo americano. Con un costo de 245 pesos mexicanos, ya es la nueva sensación de las redes sociales y, como abejas a la miel, todos están buscando obtenerlo.



La fiebre de Costco

Necesidades de los consumidores

Si hay una característica que une a muchas empresas es el buscar la satisfacción y cumplir con las necesidades de sus clientes y es algo que Costco sin duda alguna esta tomando en cuenta. La empresa ha mantenido una escucha activa a los deseos de sus consumidores lanzando al mercado productos que sabe serán del agrado del público y eso ha generado grandes puntos a su favor.

Similitudes con otras marcas

En su intento por estar a la vanguardia y mantener su popularidad, Costco ha tomado ideas para sus nuevos lanzamientos basándose en productos que comercializan otras empresas. Entre los casos mas recientes esta el lanzamiento de una nueva línea de sándwiches de desayuno congelados bajo su marca propia, Kirkland



Signature, los cuales han sido catalogados por sus consumidores como una copia, para algunos mejorada y para otros con áreas de mejora, de los sándwiches que vende Starbucks. Razón por las que muchos cuestionan si la empresa está innovando o si está cometiendo plagio. Recordemos que innovar no consiste en blindar lo que haces mediante oscuridad y secretos y que su valor no está en evitar que te copien, sino en conseguir que todos te quieran copiar.

¿A qué se debe tal popularidad?

La presencia que tiene Costco en redes sociales es gracias a sus consumidores; son ellos los que le permiten mantener ese auge y hacer de cada lanzamiento un producto viral. Sin el apoyo de ellos, Costco no fuera tendencia. El capitalismo ha provocado que sus productos sean deseados y se disfracen como una necesidad para las personas, por esto los “emprendimientos” de los revendedores siguen teniendo éxito.

Es de suma importancia escuchar al consumidor, de esta manera detectamos sus necesidades y las podemos satisfacer adecuadamente. Tomemos la fiebre de Costco como un aprendizaje hacia nuevas estrategias y así poner en práctica las mejores de ellas.

Si deseas visualizar lo que es la fiebre de Costco te invitamos a visitar el siguiente [enlace](#).