

Curso: Técnicas de mercadeo y comercialización

Grado: 3ro

Sección: "C"

Catedrática: Victoria de los Angeles Pérez Lux.

PUNTOS DE PARTIDA QUE SE TOMAN EN CUENTA PREVIOS A PLANIFICAR EL MARKETING.

El plan de marketing se puede definir como la elaboración de un documento escrito que está compuesto por la descripción de la situación actual, el análisis de dicha situación, el establecimiento de objetivos de marketing, la definición de estrategias de marketing y los programas de acción.

Fases del plan de marketing:

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

Nos encontramos en el punto de partida de todo plan de marketing. Hemos de describir tanto la situación actual externa como interna.

En la descripción de la situación actual externa se describen aquellos factores que son externos y por tanto incontrolables por la empresa pero que afectan directamente a su desarrollo. En este punto hemos de describir:

-Entorno general: información relacionada con datos económicos, sociales, tecnológicos, políticos, culturales, medioambientales...

-Entorno sectorial: grado de dificultad de entrada de nuevos competidores, análisis de proveedores clave, obtener información detalla sobre gustos intereses de los clientes.

-Entorno competitivo: hemos de realizar un estudio detallado sobre nuestros principales competidores.

-Mercado: en este apartado hemos de incluir información sobre la evolución y tendencia de nuestro mercado (productos, segmentos, precios...)

En la descripción de la situación actual interna hemos de detallar información relevante sobre: producción, finanzas, marketing, clientes y recursos humanos de nuestra empresa.

ANALISIS DE LA SITUACIÓN:

El objetivo de la etapa del análisis de la situación es dar a conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa. Tenemos que estudiar y analizar la información recopilada en la etapa anterior para ello utilizaremos la matriz de análisis DAFO (Debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades)

FIJACIÓN DE OBJETIVOS: Una vez hemos analizado la situación, ya estamos en disposición de establecer nuestros objetivos de una forma realista. Para fijar correctamente los objetivos en nuestro plan de marketing, tenemos que seguir las siguientes pautas:

-Los objetivos tienen que ser adecuados y coherentes, de nada sirve fijar unos objetivos inalcanzables, lo único que podemos conseguir con ello es la desmotivación.

-Los objetivos tienen que estar definidos claramente para que no puedan inducir a ninguna clase de error.

-Definidos de una forma concreta. Objetivos específicos por unidades de negocio, zonas geográficas, productos, etc.

En todo plan de marketing existen dos clases de objetivos que se deben de fijar, los objetivos cuantitativos y los cualitativos. Los objetivos cuantitativos expresan todos aquellos objetivos que se pueden cuantificar, por ejemplo volumen de ventas, porcentajes de fidelización de clientes, beneficios, facturación, etc. Sin embargo los objetivos cualitativos son aquellos objetivos que por la dificultad o su elevado coste de cuantificar se expresan de forma cualitativa. Como por ejemplo: aumentar la notoriedad de marca o ser líderes de mercado.

EL PLAN DE ACCIÓN

Nos encontramos en la etapa más operativa del plan de marketing. Esta parte táctica del plan nos ayuda a llevar a cabo las estrategias de marketing para cumplir con los objetivos fijados.

-Acciones sobre productos: modificaciones o cambios de, lanzamientos o modificaciones de productos, desarrollo de marca, incluir servicios.

-Acciones sobre precios: modificaciones de precios, descuentos, financiación, etc.

-Acciones sobre ventas y distribución: modificación de canales de distribución, renegociar condiciones con mayoristas, mejoras en plazos de entrega, aumentar o disminuir la fuerza de ventas, expandir o reducir las zonas de venta, etc

-Acciones sobre comunicación: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo.

Tarea:

1- Lea cuidadosamente el contenido del tema y transcribalo al cuaderno.

2- Trabaje el siguiente cuadro del tema en su cuaderno.

¿Qué quiero saber?	¿Qué aprendí?

