PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL ÁREA DE MERCADEO

Línea de Estrategia Comercial - SEA empresarial

SEA Empresarial | Corporación Mundial de la Mujer Colombia

El plan estratégico de mercadeo refleja el estado de la gestión comercial de la empresa y plasma lo que en la empresa se quiere hacer en un período de tiempo determinado. Se define la estrategia general y las acciones concretas que se llevarán a cabo para el desarrollo de dicha estrategia

PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADO

1. **Análisis de situación y diagnóstico:**
Identifica el estado actual de las condiciones de la empresa, su nivel de tecnología y cómo se comporta su modelo de negocio, mediante tres análisis:

A. La situación externa.

B. La situación interna.

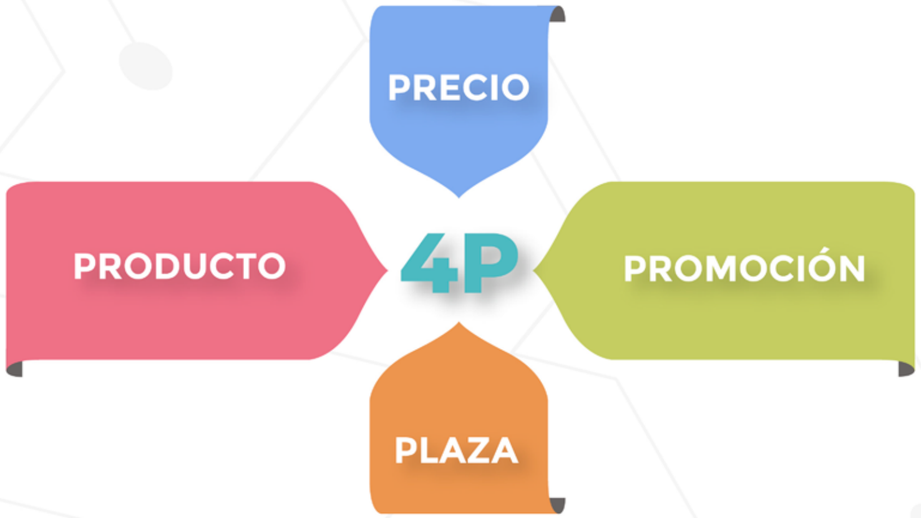
C. La competencia.

2. **Identificación de los objetivos:**
Se determinan de acuerdo a lo encontrado en el diagnóstico previo. Deben ser realizables, específicos y con un presupuesto disponible para actividades promocionales.

3. **Establecimiento de estrategias:**
Se identifican las alternativas y se escoge la mejor forma de lograr los objetivos, enfocándose en diferenciar la empresa de su competencia, y cómo va a lograr ser reconocida por sus clientes.

4. **Selección de público objetivo:** Se realiza la segmentación del mercadeo y se establece el posicionamiento deseado para cada público objetivo.

5. **Marketing Mix:** Se analizan y definen las tácticas diferenciadoras de las 4 P´s del mercadeo: de producto, de precio, de distribución (plaza) y de promoción,



6. **Plan de Acción:** A las acciones identificadas, se les establecen cronogramas de ejecución, un presupuesto y un responsable, para asegurar su cumplimiento.

7. **Control y retroalimentación:** Se establecen los indicadores de seguimiento, la fórmula para calcularlos y la frecuencia con que se revisarán lo avances.