

Plan de Mercadotecnia

Al detallar un plan de marketing se puede asegurar que los diferentes aspectos de su comercialización no se lleven a cabo de manera aislada. Un plan de marketing es una hoja de ruta para el desarrollo de una campaña de marketing exitosa. Las estrategias de marketing se complementan y refuerzan mutuamente.

Un plan de marketing bien diseñado proporciona una cronología de los objetivos y eventos que ayudan a la empresa a alcanzar el objetivo general. Un plan de marketing es de carácter estratégico. Se requiere el apoyo, consentimiento y compromiso de gestión a todos los niveles, y debe ser visto como la promoción de los intereses del cliente. Es importante considerar cuidadosamente la mezcla de marketing, o el plan dará lugar a un resultado decepcionante. Se deben incluir estos componentes en el plan de marketing para desarrollar un plan bien equilibrado:

Tres años de proyecciones de ventas o resultados (ventas netas, variación porcentual)

Incluir un breve calendario del año pasado destacando los eventos principales e incluyendo los éxitos y los fracasos. Utilizar una visión general para ver cómo las tendencias del pasado podrían continuar en el futuro. Incluir los resultados del año pasado y los canales de ventas que se utilizaron.

Metas y objetivos

El plan de mercadotecnia debe exponer uno o varios objetivos. Estos pueden estar relacionados con los términos de ingresos, el número de ventas o clientes, o cualquier meta cuantificable de marketing, (tales como la apertura de una nueva tienda). Los objetivos también pueden ser producto de conceptos tales como la definición del producto. ¿Qué es? ¿Cuál es el propósito del producto? ¿Cómo se usa? ¿Con qué frecuencia se entrega? ¿Cuál es el precio? Incluir su identificación preliminar de mercado (readeranton 2021).

Referencia:

Readeranton (2021). Estrategia de Marketing para su Plan de Negocios. Recuperado de: <https://www.100plandenegocios.com/estrategia-de-marketing-para-su-plan-de-negocios>