



Avant Consultoría y Formación

# Plan estratégico global de marketing

Guía paso a paso para su elaboración y desarrollo



Esta Guía se ha hecho de una forma sencilla para ayudarle a hacer operativas las estrategias del Marketing, y para comunicarlas clara y concisamente, bien sea por escrito o de palabra. Se basa en el procedimiento «paso a paso».

## Contenido

DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO GLOBAL DE MARKETING .....	3
A.    EL OBJETIVO.....	3
B.    EL ANÁLISIS DE SITUACIÓN.....	3
1.  El Mercado.....	4
2.  La Necesidad.....	4
3.  El Producto.....	4
4.  Diferenciación del producto.....	4
5.  Revisión de los puntos anteriores .....	4
6.  Volumen del Mercado.....	5
7.  Estacionalidad .....	5
8.  Número de clientes potenciales y concentración del Mercado .....	5
9.  Tendencias de la Industria .....	5
10.  Canales de Distribución .....	5
11.  Influencias clave en la compra.....	5
12.  Comparación con la competencia .....	6
13.  Forecast (previsión) del mercado .....	8
14.  Comparar «el objetivo (“A” con el forecast) .....	8
C.    DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	9
1.  Problemas y Oportunidades. ....	9
2.  Establezca los Subobjetivos del objetivo.....	10
3.  Seleccionar las estrategias de Marketing .....	10
4.  Seleccionar las tácticas para cada estrategia.....	10
5.  Puntos a revisar.....	10
6.  Programación de las actividades Situar las tácticas.....	10
7.  Establecer las responsabilidades .....	11
8.  Establecer controles .....	11
9.  Presupuesto .....	11
10.  Revisión Final .....	11