

ESQUEMA DE PLAN DE MARKETING

INTRODUCCIÓN

1. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

2. ANÁLISIS EXTERNO

2.1. Delimitación del Mercado de Referencia

2.2. Análisis del Macroentorno

2.3. Análisis del Microentorno

2.3.1 Análisis del sector y la competencia

2.3.2. Análisis de los clientes (Características y comportamiento del consumidor)

2.3.3. Análisis de Intermediarios y proveedores

2.3.4. Análisis de Grupos de Interés (Megamarketing)

3. ANÁLISIS INTERNO

3.1. Recursos y Capacidades

3.2. Organización Empresarial

3. ANÁLISIS DAFO

4. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE MARKETING

4.1. Objetivos Estratégicos

4.2. Definición de Estrategias de Marketing

4.3. Segmentación y Posicionamiento

5. PLAN DE ACCIÓN (MARKETING OPERATIVO)

5.1. Plan de Producto

5.2. Plan de Precios

5.3. Plan de Distribución

5.4. Plan de Comunicación

6. EJECUCIÓN Y CONTROL