



---

# ACCION PROMOCIONAL

---

Planificación y control del marketing



LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIBRAN DE JESUS HERNANDEZ AGUILAR

## LA PLANIFICACIÓN Y EL CONTROL DE MARKETING

**La planificación comercial** se integra dentro de la planificación estratégica de la empresa, que es el análisis racional de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para la empresa, de los puntos fuertes y débiles de la empresa frente a este entorno, y la selección de un compromiso estratégico.

**Planificación del sistema.** Es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos. La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada. El propósito afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional. Un propósito adicional de la planificación consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de las organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de las actividades de la organización, la dirección y el control.

### **Fases de la planificación comercial.**

**Compañía:** Definir claramente el negocio al que se enfoca la empresa y con base en ello redactar su misión.

**Entorno y mercado:** para poder identificar grupos de consumidores, tipos de necesidades y deseos existentes, tendencias, crecimiento de los grupos, factores influyentes del entorno como cuestiones culturales, políticas, ambientales, etc.

**Análisis de FODA.** Las características del entorno y los factores clave de éxito, entonces se procede a describir las fortalezas y debilidades de la empresa que son los elementos internos que debemos alinear a los factores de éxito del negocio. **Las estrategias.** Son el conjunto de actividades que nos permitirán cumplir los objetivos planteados a partir de que identificamos una necesidad, acotamos el segmento de compradores y posicionamos nuestro producto.

**Implementación y control:** El éxito no se da si no se ejecuta correctamente todo lo planeado. Para ello es importante definir actividades, fechas de inicio y término, un responsable de su ejecución y el presupuesto asignado a cada uno de esas tareas.