

Cuadro sinóptico



- Materia: Acción promocional
- Docente: Gumeta Sarain
- Licenciatura: MVZ
- Cuatrimestre: 6to
- Nombre del alumno: David Morales Sánchez

26/07/2020

La planificación comercial

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

un análisis FODA puede comenzar a establecer los objetivos de marketing

Volumen de Ventas: Se centra en el crecimiento o mantenimiento de las ventas

Beneficios y rentabilidad: establecimiento de un objetivo de ventas no se relaciona con un aumento en los beneficios

Selección de la estrategia de marketing

Estrategias de crecimiento Intensivo: Persiguen el crecimiento de ventas, beneficios o cuota de mercado

Estrategias de crecimiento por diversificación: persiguen un objetivo de crecimiento

Estrategias de crecimiento Por integración: Persiguen el crecimiento a través de un desarrollo

Estrategias

Líder, retador, seguidor y especialista

1. Es aquel que ocupa la posición dominante en el mercado.
2. Es aquella que, sin ocupar la posición de líder, pretende alcanzarla

Es desarrollada por un competidor que tenga una cuota del mercado

Programa de acciones

Es necesario prever su implementación a través de un conjunto de acciones que le den soporte y ejecución

- Análisis de situación
 - Objetivos de marketing
 - Estrategia de marketing

- Planificación temporal y presupuesto
 - Seguimiento y control de resultados