



LA PLANIFICACION COMERCIAL

Enrique Romero Farrera

Acción promocional

Karina Maricruz Pérez Guillen

17 de Junio del 2020

Correo electrónico: enrique0760719@hotmail.com

LA PLANIFICACION COMERCIAL

VISION

- Se refiere al futuro de la organización
- La meta ambiciosa por alcanzar en el futuro
- Es el máximo sueño de la organización
- Es la manera de como se visualiza la organización con el paso de los años.

MISION

- Enfocado en el presente de la organización
- Definición del negocio
- Metas principales de la organización
- Principios filosóficos

ANALISIS DE SITUACION

- **F** Fortalezas sobresalientes para alcanzar objetivos
- **O** Oportunidades Factores externos que puedan provocar que la empresa los utilice a su favor
- **D** Debilidades limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la empresa
- **A** Amenazas factores externos que pueden dificultar el rendimiento de la empresa

ANALISIS EXTERNOS AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

1. **Análisis del mercado**
 - Aspectos globales
 - Aspectos de comportamiento
2. **Análisis de la competencia**
 - Análisis de los objetivos
 - Líneas de producto
 - Precios
 - Publicidad y promoción
 - Canales de distribución
 - Recursos humanos y financieros
3. **Análisis del sector**
4. **Análisis del entorno**
 - Factores económicos generales
 - Factores políticos legales
 - Factores sociológicos y culturales
 - Factores tecnológicos

ANALISIS INTERNOS DEBILIDADES Y FORTALEZAS

Marketing

- Precios, Cuota de mercados
- Línea y gama de productos
- Imagen y posicionamiento
- Publicidad y promociones
- Equipo de venta
- Servicio de clientes

Producción

- Capacidad de producción
- Costes de fabricación
- Calidad e innovación tecnológica

Finanzas

- Recursos financieros disponibles
- Nivel de endeudamiento
- Rentabilidad
- Liquidez

PROGRAMA DE ACCION

- Acciones y programas de Marketing mix
 - Producto
 - Precio
 - Comunicación (promoción)
 - Distribución