

La planificación comercial

Acción promocional

ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA EL ALUMNO:

MOYSES YONATAN PERES LOPEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6 CUATRIMESTRE "D" Administración de empresas

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

25 DE junio 2020

LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL.

La planificación comercial.

significa estudiar anticipadamente los diferentes aspectos que fijan las metas de la organización.

La planificación comercial se enfoca en un proceso que parte del análisis de la situación que engloba el nivel externo, que incluye un análisis de mercado, de la competencia, del sector y del entorno, y un análisis interno por otra parte, que incluye

- El análisis de las áreas de marketing.
- Producción.
- Finanzas.
- Organización y otros como personal e investigación y desarrollo.

Análisis FODA

análisis externo

- Oportunidades: representan una ocasión de mejora de la empresa.
- Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado.

análisis interno

- Fortalezas: Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades.
- Debilidades: Son aquellos puntos de los que la empresa carece.

Análisis Externo (Amenazas y Oportunidades)

El análisis externo consiste en la identificación de las amenazas y oportunidades derivadas del producto - mercado en el que se desarrolla una empresa.

Se estructura en:

- Análisis del mercado.
- Análisis de la competencia.
- Análisis del sector.
- Análisis del entorno.