

La planificación comercial
ACCIÓN PROMOCIONAL
LIC. ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA EL ALUMNO:

JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to Cuatrimestre "D" LAE Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

31/Agosto/2020

La planificación comercial

. Análisis Interno

Consiste en la evaluación de los aspectos del marketing, producción, finanzas, organización, personal e investigación y desarrollo de la empresa con distintas variables a analizar

Marketing

- Línea y gama de productos
- Imagen y posicionamiento
- Cuota de mercado
- Precios
- Distribución
- Publicidad y promociones de venta
- Equipo de ventas
- Servicios a clientes

Producción

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

Finanzas

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

Formulación de los Objetivos y de la estrategia de marketing.

vendrán determinados en el marco de la misión de la empresa y como contribución a los objetivos generales de la misma

Elección de La Estrategia de Marketing.

La selección de la estrategia debe orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos

Programa de Acciones.

Estas acciones deben ir enmarcadas en un horizonte temporal e ir acompañadas de un presupuesto que las haga realizables.