

**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**

**22/Julio/2020**

La Planificación Comercial

ES

Permite obtener el debido conocimiento de la situación interna y externa y posibilita la elección de una propuesta de acciones

SE DIVIDE EN

Visión

Misión

Fundamentos de la planificación comercial

Análisis de situación (FODA)

Análisis Externo

ES

ES

ES

ES

ES

Es el sueño de la organización, la inspiración máxima a la cual se quiere llegar, la meta ambiciosa por alcanzar en el futuro

Expone el porqué de la organización y lo que debe hacer.

La planificación comercial se enfoca mediante un proceso que parte del análisis de la situación que engloba el nivel externo, que incluye un análisis de mercado

El análisis de situación pretende realizar una evaluación de la empresa con relación a su producto - mercado.

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

SON

Análisis del mercado.

Análisis de la competencia

Análisis de los objetivos

Análisis del sector

Análisis del entorno.

ES

ES

ES

ES

ES

Tiene por objeto la determinación de los consumidores objetivo, así como sus características esenciales

Incluye tanto la identificación de los consumidores actuales y potenciales como en la evaluación de los mismos

De este análisis se desprenderán aquellos puntos fuertes o débiles de nuestra empresa competitivas

tiene como objetivo determinar tendencia segmentos de mercado y factores de clave de éxito,

está formado por un conjunto de factores no controlables por la empresa, por lo que tan pronto pueden limitar como impulsar su desarrollo