

LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL
Acción promocional
LEPE ARRIAGA ICEL BENARDO

PRESENTA EL ALUMNO:

MOYSES YONATAN PERES LOPEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6 CUATRIMESTRE "D" Administración de empresas

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

01 DE AGOSTO 2020

LA
PLANIFICACIÓN
COMERCIAL

Análisis interno

-Está en evaluar los recursos, habilidades y competencias de dicha empresa para poder adoptar las herramientas Estratégicas.

-Consiste en adaptarse a las dificultades que aparecen en el mercado y aprovechar las oportunidades de éste, resaltando los puntos fuertes y mejorando los débiles.

formulacion

El proceso de definición de las metas y los objetivos de marketing de una organización Y Esto permite que los formuladores creen una guía. Examinan el mercado y, al hacerlo, utilizan esa información para determinar qué enfoques serán las mejores para llegar a los clientes y atraerlos hacia los servicios de la empresa.

Selección

-Esta se clasifica de un objetivo de crecimiento, bien de ventas, de participación de mercado o de beneficios.

-Se ha establecido otra clasificación de Estrategias Partiendo de la cuota de mercado que poseen los productos.

Programas de acciones

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

1. Producto
2. Precio
3. Comunicación
4. Distribución