UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

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.

Formulación de la estrategia de marketing.

El proceso de definición de las metas y los objetivos de marketing de una organización.

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 de La Estrategia de Marketing.

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.

-Estrategia de líder.

-Estrategia de retador.

-Estrategia de seguidor.

-Estrategia de especialista.

Programa de Acciones.

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

-Análisis de situación.
-Seguimiento y control de resultados.
-Acciones y programas de marketing mix.
-Objetivos de marketing.
-Estrategia de marketing.