



**NOMBRE DE LA ALUMNA:** Viviana guadalupe cruz Hernández

**NOMBRE DEL TEMA:** formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing

**PARCIAL:** cuarto parcial

**NOMBRE DE LA MATERIA:** acción promocional

**NOMBRE DEL PROFESOR:** maría de Lourdes Domínguez Figueroa

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA:** medicina veterinaria y zootecnia

**CUATRIMESTRE:** 6to cuatrimestre

# LA PLANIFICACION COMERCIAL

ES

Estudiar anticipadamente los diferentes aspectos que fijan las metas de la organización, permite obtener el debido conocimiento de la situación interna y externa

## 4.5 FORMULACION DE LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING

A

Partir del desarrollo de un análisis FODA o de situación la empresa puede comenzar a establecer los objetivos de marketing

### CARACTERISTICAS DE LOS OBJETIVOS DEL MARKETING

DEBEN SER

- A) Cuantificables.
  - b) Referidos a un determinado período de tiempo y lugar.
  - c) Realistas pero ambiciosos a fin de ser alcanzables, pero a su vez estimulantes.
- Pese a su gran variedad los objetivos de marketing pueden relacionarse en su mayoría

### CARACTEGORIAS QUE PUEDEN RELACIONARSE CON LOS OBJETIVOS DE MARKETING

SON

#### VOLUMEN DE VENTAS

Se centrará en el crecimiento o mantenimiento de las ventas, bien por grupos de marcas, productos o en su totalidad.

#### PARTICIPACION DE MERCADO

Resulta muy útil, principalmente en mercados muy competitivos y con un bajo número de competidores

#### BENEFICIOS Y RENTABILIDAD

El establecimiento de cuota no se relaciona con un aumento en los beneficios, así, podría suceder que disminuyéramos el precio de los productos

# LA PLANIFICACION COMERCIAL

ES

Estudiar anticipadamente los diferentes aspectos que fijan las metas de la organización, permite obtener el debido conocimiento de la situación interna y externa

## 4.6 SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

DEBE

Orientarse a la consecución de los objetivos de marketing establecidos, La estrategia debe entenderse como: el explicitación de las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante, las decisiones de la empresa

### ESTRATEGIAS DE MARKETING

SE

Establecen tres tipos de estrategias

1. Estrategias de crecimiento intensivo (de penetración, de desarrollo del producto y del desarrollo del mercado)
2. Estrategias de crecimiento por diversificación (concéntrica, pura)
3. Estrategias de crecimiento por integración (hacia atrás, hacia adelante y horizontal)

### ESTRATEGIAS DE MARKETING (CLASIFICACIÓN COMPETITIVA)

SON

Clasificación de Estrategias partiendo de la cuota de mercado

1. estrategia de líder (actúa en tres direcciones: desarrollo de la demanda genérica, protección de cuota del mercado, ampliación de la participación del mercado)
2. estrategia de retador (sin ocupar la posición de líder, pretende alcanzarla)
3. estrategia de seguidor (es desarrollada por un competidor que tenga una cuota de mercado)
4. estrategia especialista (se concentra en uno o varios segmentos, buscando en ellos un hueco de mercado específico y defender una posición preminente)