

Nombre del alumno:

Karla Susana Almaraz Santiz.

Nombre del profesor:

Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo:

Súper Nota.

Materia:

Mercadotecnia.

Bibliografía:

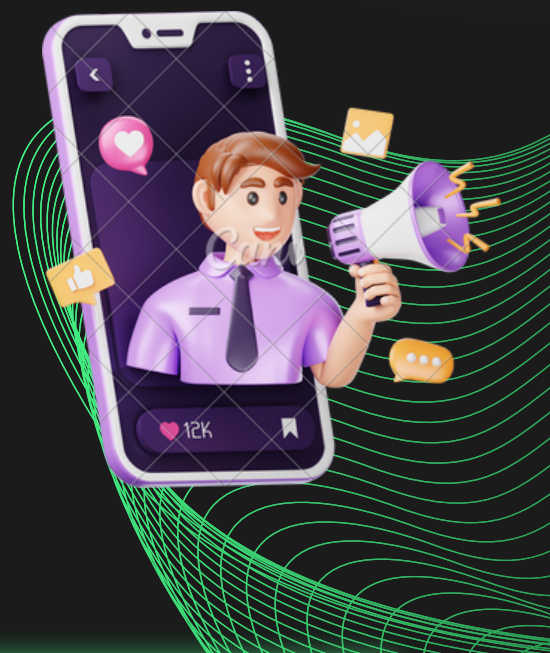
LC-LAN503.

Fecha: 30/03/2025.

Plan de Mercadotecnia

Concepto

Un plan de mercadotecnia es un documento que establece las acciones que una empresa debe tomar para alcanzar sus objetivos de marketing. Es una herramienta de gestión que ayuda a definir la estrategia de comunicación y a orientar los recursos de la empresa.



Naturaleza

- Es un documento operativo que forma parte del plan de negocios
- Describe las acciones necesarias para llegar a los objetivos de marketing
- Orienta las estrategias y acciones del área de marketing
- Se puede aplicar para campañas puntuales, estrategias, productos o servicios
- Se puede diseñar para el área de marketing en su conjunto
- Es una hoja de ruta detallada que describe todos los pasos necesarios para llegar a los objetivos.



Contenido

- Definición del producto o servicio
- Estrategia de distribución
- Estrategia de promoción
- Estrategia de precios
- Presupuesto de mercadeo
- Evaluación del mercado
- Evaluación de la competencia
- Evaluación de los recursos disponibles



Ejemplos

Plan de Marketing de Coca-cola: Todo es mejor cuando somos abiertos

En España lanzó su estrategia Better when we're open (Todo es mejor cuando somos abiertos), la cual tiene un mensaje sustentable como protagonista

- Lo importante no es mostrarle a la audiencia lo que se hace, sino por qué se hace.
- Destacar la propuesta y ventaja competitiva ante otras marcas similares.
- Mostrar una postura alineada con preocupaciones globales.
- Mostrar que Coca-Cola puede seguir siendo una marca relevante, pero también con propósito, experiencia y generadora de conversaciones.
- Hacer sentir más cercana a la audiencia con la marca.

