

Plan de Marketing

Curso

Objetivos

Suministrar los principales marcos conceptuales y técnicas básicas de la planificación estratégica del marketing.

Saber utilizar las herramientas para el análisis de los diferentes sectores de actividad.

Aprender a sacar el máximo rendimiento de los resultados de un análisis DAFO.

Conocer y saber utilizar las herramientas y capacidades teórico-profesionales, gerenciales y técnicas necesarias para realizar, implantar y dirigir un plan de marketing en la empresa.

Dirigido a

Responsables de marketing y/o comerciales, mandos intermedios con/sin experiencia en Marketing, Profesionales en activo que por su cargo sea necesario conocer las herramientas básicas de la planificación estratégica del marketing.

Contenidos

1. CONCEPTOS BASICOS

- Qué es planificar.
- Niveles.
- Dirección y Planificación estratégica.
- Qué es el marketing estratégico.

2. HERRAMIENTAS PARA EL ANALISIS DEL SECTOR

- Fase del ciclo.
- Los entornos concentrados o de volumen.
- Los entornos diversificados o de especialidad.
- El análisis específico de la empresa en su sector.

3. LA EXPLOTACION DEL ANALISIS DAFO

- Política de Productos / Servicios.
- Política de Distribución.
- Política de Promoción.
- Política de Precios.
- La Matriz BCG "Boston Consulting Group".
- La "Ventaja Competitiva".

4. DEFINICION DE OBJETIVOS Y DETERMINACION DE ESTRATEGIAS. TIPOS DE ESTRATEGIAS

- Estrategias de cartera.
- Estrategia de segmentación.
- Estrategia de posicionamiento.
- Estrategia de crecimiento.

5. COMO IMPLANTAR UNA ESTRATEGIA DE MANERA EFICIENTE

- Las llamadas de reclamación.
- Tratamiento eficaz de situaciones hostiles.
- ¿Qué decir y hacer?.
- ¿Qué no decir ni hacer?.

6. ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING

- Resumen análisis sector mercado.
- Identificación y relación entre objetivos y estrategias.
- Acciones, presupuesto y cronograma.
- Sistema de control de ejecución y resultados.