

## AREA COMERCIALIZACION



# Dirección de marketing

## DEFINICIÓN TÉCNICA

La dirección de **marketing** se enfoca en el análisis, la planeación, la implementación y el control de los programas de marketing. Estos se diseñan para generar y mantener intercambios de beneficio mutuo entre la **empresa** y su **mercado** meta.



# ¿Cómo elaborar un plan de marketing?

# 1

¿Qué debo saber?

Preguntas básicas

1. ¿Dónde nos encontramos en la actualidad?
2. ¿Dónde queremos estar?
3. ¿Cómo llegamos allí?

Características

- Claro
- Realista
- Práctico

Conceptos

1. ¿Qué es un plan de marketing?
2. ¿Por qué es conveniente hacer un plan de marketing?



¿Cómo lo hago?

# 2

Fases del plan

- 1era Fase  
Marketing analítico
- 2da Fase  
Marketing estratégico
- 3era Fase  
Marketing operativo

Partes del plan

1. Resumen ejecutivo
2. Análisis de la situación
3. Diagnóstico
4. Objetivos del plan
5. Estrategias de marketing
6. Implementación
7. Evaluación y control

Consejos finales

1. Tómate el tiempo necesario
2. Revisa varias veces
3. Debes ser creativo y emplear el sentido común
4. Actualiza tu plan
5. Comunica adecuadamente tu plan

# 3



**1era Fase**  
**Marketing analítico**

1. Un análisis de la situación interna de la empresa.
2. Un análisis de la situación externa de la empresa.
3. Un análisis FODA o DAFO.

**2da Fase**  
**Marketing estratégico**

1. Los objetivos generales y específicos que se esperan conseguir.
2. Las estrategias que se van a implementar para lograrlo.  
Pueden ser:
  - De cartera de ventas.
  - De segmentación.
  - De posicionamiento.
  - De mezcla de marketing.

**3era Fase**  
**Marketing táctico**

1. El plan de acción.
2. Las acciones para seguir.
3. El presupuesto y los resultados.

Fases del plan

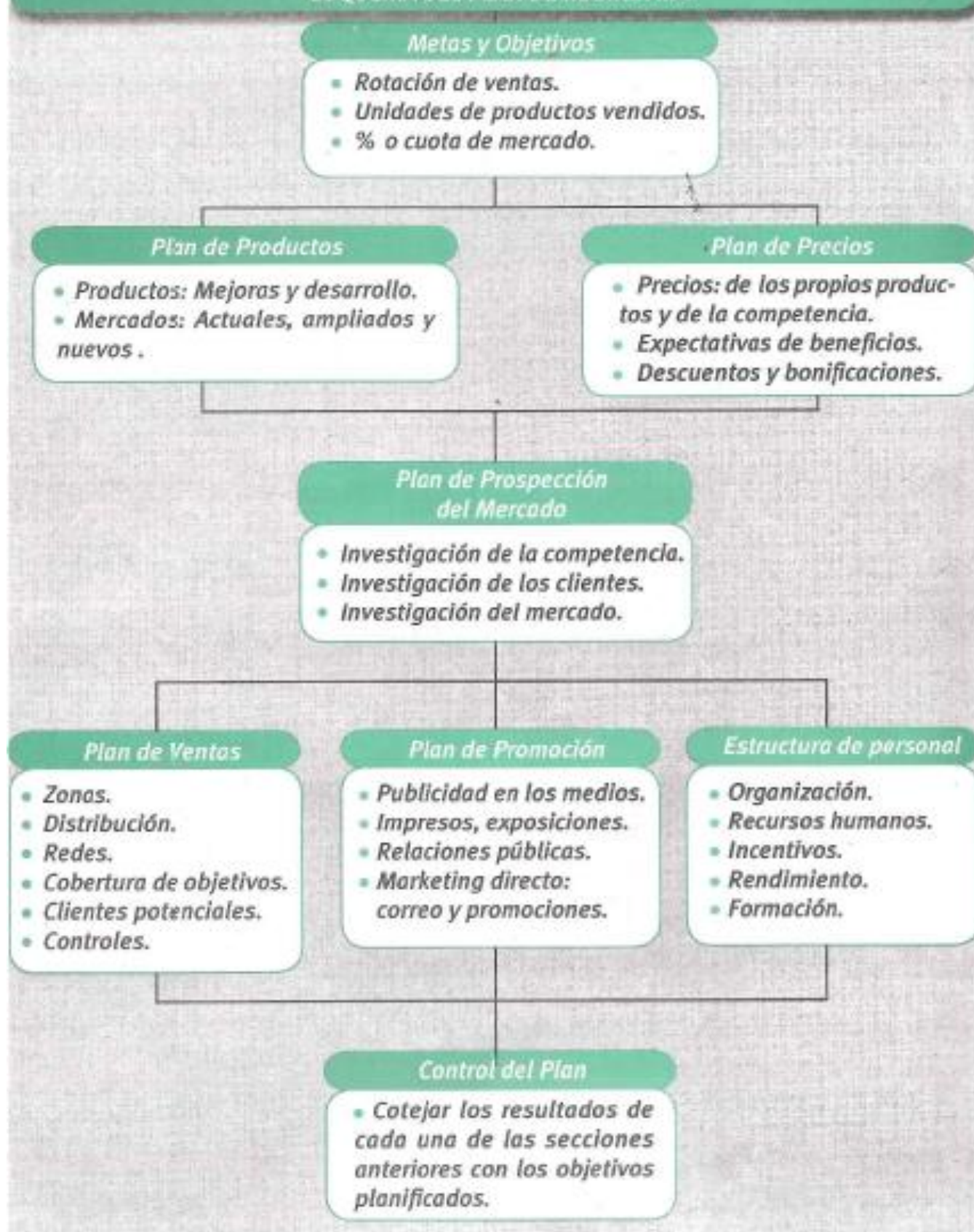


# Plan de marketing

Fases del plan de marketing

## 2.3. Ejemplo de Plan de Marketing

### ESQUEMA DEL PLAN DE MARKETING

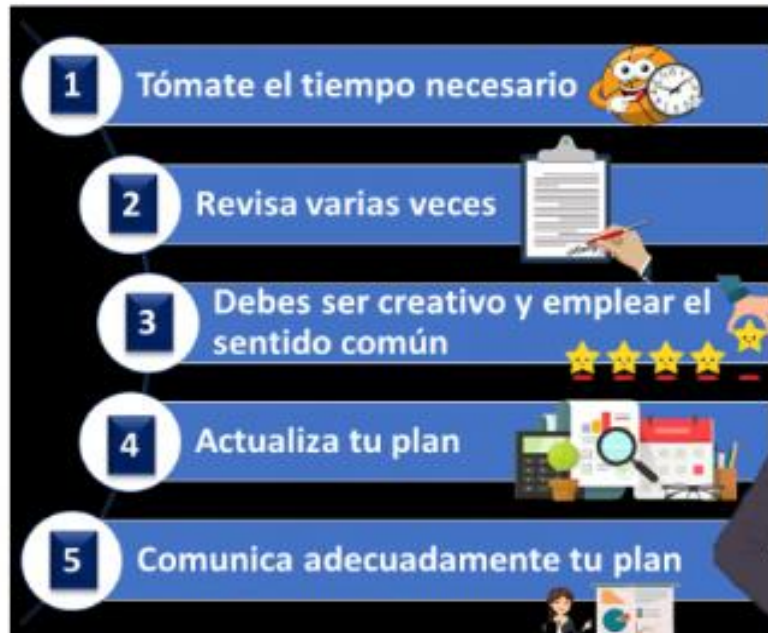




Partes del plan



Plan de marketing



Consejos finales



Plan de marketing

# ¿Qué es el Marketing Mix?

## Las 4 P del Marketing Mix







# Marketing industrial

## DEFINICIÓN TÉCNICA

El marketing industrial es el tipo de **marketing** que aplican las **empresas** que se dedican a comercializar **bienes y servicios**, ofreciéndolos a otras compañías que los incorporan en sus procesos para desarrollar productos que llevan al **mercado**.

### Características de los clientes y de los mercados

1

• Existen pocos demandantes y pocos oferentes

2

• Los clientes son muy fieles

3

• Los compradores son variados y muy especializados

4

• Es más importante la calidad que el precio

5

• Se valora el servicio y la capacidad de abastecimiento

6

• La decisión de compra es muy reflexiva

7

• La fuerza de ventas influye más que la publicidad

8

• Puede originar conflictos de ética

## Marketing industrial

### Tipos de productos que se comercializan

1

• Materias primas

2

• Materiales procesados

3

• Bienes de consumo

4

• Componentes

5

• Servicios industriales

6

• Equipo liviano

7

• Equipo pesado

## Marketing industrial

# Marketing digital

## DEFINICIÓN TÉCNICA

El **marketing** digital es todo tipo de estrategia de venta de un producto o servicio que una empresa, marca o particular lleva a cabo en un mercado un entorno digital.

## Tipos de Marketing Digital



1

Inbound marketing



2

Marketing de contenidos



3

Email marketing



4

Mobile marketing



5

Marketing de influencers



Marketing de afiliados

6



Social media marketing

7



Marketing automatizado

8



Marketing para buscadores (SEO / SEM)

9



SMS marketing

10