

Plan de Marketing

GUIÓN ABREVIADO

GUIÓN GRATUITO
sin comentarios, ejemplos, recomendaciones
o ideas para el redactado

TE AYUDARÁN a DESARROLLAR EL MEJOR PLAN:

- **PLAN DE MARKETING PRO:** hace las cuentas, los cuadros y todos los gráficos automáticamente ... úsalo para desarrollar el plan completo.
- **Plan de Marketing – GUIÓN Y PLANTILLAS –** Plantillas Word listas con recomendaciones, ejemplos y comentarios para el redactado.
- **Gráficos y cuadros para el Plan de Marketing:** una utilidad muy práctica que genera los cuadros y los gráficos mas importantes. Perfecto para ilustrar tu plan.

MyCompany S.A.

PLAN de MARKETING

Madrid, 23 de septiembre de 2023

Índice

1. Análisis de la situación.

- 1.1. Empresa, marca y posición.
- 1.2. El mercado.
 - 1.2.1. Características.
 - 1.2.2. Necesidades.
 - 1.2.3. Tendencias.
 - 1.2.4. Evolución prevista.
- 1.3. La competencia.
 - 1.3.1. Principales competidores.
 - 1.3.2. Posicionamiento y situación.
- 1.4. Análisis D.A.F.O.
- 1.5. Posicionamiento actual.
 - 1.5.1. El producto.
 - 1.5.2. Marca.
 - 1.5.3. Puntos críticos.
 - 1.5.4. Factores exógenos.
- 1.6. Claves para el éxito.

Primero redacta el texto y,
después, crea aquí el
ÍNDICE FINAL

2. Misión y objetivos.

- 2.1. Misión.
- 2.2. Objetivos de Marketing.
- 2.3. Objetivos económicos.

3. Estrategia de Marketing

- 3.1. Grandes líneas estratégicas.
 - 3.1.1. Valor diferencial.
 - 3.1.2. La idea en la mente del consumidor.
 - 3.1.3. Los Beneficios para el cliente.
 - 3.1.4. Branding.
 - 3.1.5. Estrategia de producto.
 - 3.1.6. Estrategia de clientes.
 - 3.1.7. Estrategia de lanzamiento.
 - 3.1.8. Estrategia de desarrollo.
- 3.2. Marketing Mix.
 - 3.2.1. Política de producto y servicio.
 - 3.2.2. Política de precios, descuentos y condiciones.
 - 3.2.3. Política de distribución.
 - 3.2.4. Política de promoción.
- 3.3. Investigación.

4. Estimaciones económicas.

- 4.1. Previsión de Ventas.
- 4.2. Punto de equilibrio.
- 4.3. Resultados previstos.

5. Plan de acción.

- 5.1. Puntos clave.

- 5.1.1. Control.
- 5.1.2. Organización.
- 5.1.3. Implementación.
- 5.2. Plan de contingencias.
- 5.3. Plan de Marketing 1er. Ejercicio.

ANEXOS:

1. Previsión de Ventas (1er Ejercicio).
2. Previsión de Resultados (1er Ejercicio).
3. Presupuesto de Ventas y Marketing (1er. Ejercicio)
4. Previsión de Ventas (5 años).
5. Previsión de Resultados (5 años).

PLAN de MARKETING 2020-2025

1- Análisis de la Situación

1. Análisis de la situación

1.1. Empresa, marca y posición.

1.2. El mercado.

(breve introducción)

1.2.1. Características del mercado.

1.2.2. Necesidades del mercado.

1.2.3. Tendencias del mercado.

1.2.4. Evolución del mercado.

1.3. La competencia.

(breve introducción)

1.3.1. Principales competidores.

1.3.2. Posicionamiento y situación.

1.4. Análisis D.A.F.O.

**1.5. Nuestra posición (o “la posición de la empresa”)
(breve introducción)**

1.5.1. El producto.

1.5.2. La marca.

1.5.3. Puntos críticos.

1.5.4. Factores exógenos a tener en cuenta.

1.6. Claves para el éxito.

PLAN de MARKETING 2020-2025

2- Misión y objetivos

2. Misión y objetivos

2.1. Misión.

2.2 Objetivos de Marketing.

2.2.1. Objetivos del Ejercicio.

2.2.2 Objetivos a medio y largo plazo.

2.2. Objetivos económicos.

PLAN de MARKETING 2020-2025

3- Estrategia de Marketing

3. Estrategia de Marketing

3.1. Grandes líneas estratégicas.

(breve introducción)

3.1.1. Valor diferencial.

3.1.2. La Idea en la mente del consumidor.

3.1.3. Los Beneficios para el cliente.

3.1.4. Branding y posicionamiento.

3.1.5. Estrategia de producto.

3.1.6. Estrategia de clientes. (fidelización, recomendación...)

3.1.7. Estrategia de lanzamiento.

3.1.8. Estrategia de desarrollo.

3.2. Marketing Mix.

(breve introducción)

3.2.1. Política de producto y servicio.

3.2.2. Política de precios, descuentos y condiciones.

3.2.3. Política de distribución.

3.2.4. Política de promoción.

3.3. Investigación mercado.

PLAN de MARKETING 2020-2025

4- Estimaciones económicas

4. Estimaciones económicas

4.1. Previsión de ventas.

4.1.1. Primer Ejercicio.

4.2. Punto de equilibrio

4.3. Resultados previstos.

4.3.1. Primer Ejercicio.

PLAN de MARKETING 2020-2025

5- Plan de acción

5. Plan de Acción

5.1. Puntos clave.

5.1.1. Control.

5.1.2. Organización.

5.1.3. Implementación.

5.2. Plan de contingencias.

5.3. Plan de Marketing 1er ejercicio.

PLAN de MARKETING 2020-2025

Anexos

Mínimo que debes incluir:

1. Previsión de Ventas (1er Ejercicio).

Periodificada con ventas mensuales.

2. Previsión de Resultados (1er Ejercicio).

Periodificada mensualmente, haciendo especial hincapié en la previsión de gastos de ventas y marketing.

3. Previsión de Resultados (5 años).

Resumen a cinco años, haciendo especial hincapié en la previsión de gastos de ventas y marketing.

No esta de más incluir (según los casos):

- Previsiones de venta y rendimientos por producto.
- Presupuesto detallado de Ventas y Marketing (si no lo incluiste anteriormente).