

# 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).