

Monitoreo de planes de mercadeo estratégico

Síntesis: mercado potencial



El componente formativo Mercado potencial permite comprender los fundamentos estratégicos del mercadeo, desde la identificación de oportunidades comerciales hasta la definición de segmentos y perfiles de clientes. Se inicia con el estudio de los tipos y variables del mercado potencial, así como su relación con la demanda y la competencia. Posteriormente, se profundiza en la investigación de mercado, lo que permite establecer su importancia en la toma de decisiones basadas en información confiable.

Asimismo, se analizan las tendencias y herramientas para su evaluación, proporcionando criterios para anticipar cambios y comportamientos del consumidor. Se presentan los elementos que influyen en la construcción del perfil de mercado, así como el desarrollo del buyer persona y su papel en la planeación estratégica. La documentación aborda los métodos y fuentes de información aplicadas al análisis de mercado. Para fortalecer la aplicación de estos conceptos, se detallan los aspectos relacionados con la segmentación, sus criterios, estándares y buenas prácticas. Finalmente, se analiza la integración de todos estos elementos en la formulación de planes de mercadeo más competitivos y sostenibles.

