

PASO A PASO DE UN MARKETING OPERATIVO

Paso 1. 4P

Lo más importante es definir y analizar las 4p de la empresa en la que se va a implementar el plan de mercado. Se debe tener en cuenta que esta es la herramienta más completa que brinda información integral de la empresa.



Producto

Definir los atributos del producto o del servicio y capacidad de producción. Se requiere de productos complementarios.



Precio

Referencia la competencia para definirlo y establece estructura de costos. Se alcanza punto de equilibrio.



Plaza

Determina la estrategia de distribución, cuál es el canal de distribución adecuado y se conoce el costo de este.



Promoción

Debe decidir cuál será la estrategia para dar a conocer el producto o servicio.

Paso 2. Comunicación

Luego de haber analizado la empresa, se debe definir la manera es que se dará a conocer los productos o servicios.



Se debe tener claro un presupuesto específico para la estrategia de comunicación.



El diseño correcto de la estrategia hará que se traduzca en ventas todo lo planeado.

Estrategias de mercadeo

Mercadeo tradicional



Promociones, merchandising, pautas, patrocinio de eventos.

Mercadeo digital



Marketing web, estrategias SEO y SEM, social media y móvil.

Paso 3. Puesta en marcha

Organizar todas las actividades propuestas para el desarrollo del plan de mercado.



Es recomendable generar un cronograma de actividades con fechas de inicio y finalización. De esta manera, se puede evaluar el proceso en la marcha.

Paso 4. Presupuesto

Este el momento final y el que nos dará el punto de partida y la viabilidad para desarrollar el plan.



Presupuesto global para implementar estrategias de comunicación y mercadeo.



Necesidades financieras en caso de no tener los recursos.



Designar el talento humano de la organización para la implementación



Evaluar si se desarrolla el plan a través de outsourcing (subcontratación).