**Plantilla de estrategia de marketing**

**Resumen ejecutivo**

Elige un nombre para tu empresa, escribe tu declaración de intenciones (una declaración basada en la acción que declara el propósito de una organización y el modo en que sirves a tus clientes) y explica brevemente tu estrategia. ¿Qué quieres conseguir?

**Objetivos de marketing: promover la imagen de marca y aumentar las ventas**

La imagen de marca, o en otras palabras, el grado de reconocimiento que tienen los consumidores de un producto por su nombre. Dicho de otro modo, se trata de que la gente conozca tu producto, lo cual es fundamental si quieres tener éxito. Intenta definir con mayor precisión lo que quieres conseguir, es decir, para qué necesitas el dinero de tus inversores.

**Target (Clientes objetivo)**

Piensa en tu posible cliente. Trata de determinar su edad, el sexo, sus ingresos, así como cualquier otra característica que pueda ser relevante (ocupación, lugar de residencia, aficiones, preferencias, etc.).

**Análisis de la competencia**

¿Quién es tu competidor? Investiga a otros productores que ya están en el mercado, piensa en sus productos y compáralos con el tuyo. ¿En qué se diferencian? ¿A qué clientes se dirigen? ¿Qué significa esto para tu marca?

**¿Qué hace que tus productos sean (o no) buenos? (análisis DAFO)**

¡Pon tus ideas en orden! ¿Cómo puede diferenciarse tu producto y ser mejor que el de tus competidores? ¿Cuáles son tus puntos fuertes y por qué tu producto interesa a los clientes? ¿Cuáles son tus puntos débiles? ¿Existen nuevas oportunidades a las que debes prestar atención? ¿Qué obstáculos se interponen en tu camino? Haz un breve análisis DAFO de tu marca.

|  |  |
| --- | --- |
| Fortalezas | Debilidades |
| Oportunidades | Amenazas |

**¡Mi marca! Desde el diseño hasta nuestros clientes**

Diseña tu marca en función de toda la información anterior y, sobre todo, de la definición de tu cliente ideal. Necesitas encontrar tu estilo, así como crear un mensaje y un diseño únicos para llamar la atención de los clientes (y de los inversores).

**El mejor canal de marketing**

¿Dónde puedes anunciar tu producto? ¿En los estantes de qué tiendas no debería faltar? Menciona brevemente algunas opciones.

**Nuestros objetivos**

No dediques mucho tiempo a esta sección, pero intenta definir los objetivos que quieres alcanzar. ¿Cómo definirías tu éxito? ¿En función del número de unidades vendidas? ¿Según la proporción de personas que conocen tu marca? ¿Qué crees que es factible conseguir?