



Plan de Marketing



Plan de Marketing

Las empresas y negocios tienen como objetivo funcionar por mucho tiempo y para lograrlo deben crear un “Plan de Marketing”.

El plan de marketing es una herramienta para:

- decidir las metas del negocio,
- hacer un plan con estrategias para mejorar el negocio,
- crear actividades
- y tener un plazo de tiempo para cumplir con el plan de marketing.

- **Marketing:**

Palabra en inglés que significa mercadotecnia. Es el plan que los negocios preparan para vender un producto o servicio.

Antes de trabajar en el plan de marketing debes conocer algunos elementos de tu negocio:

- **Segmento de clientes**

El segmento de clientes es la descripción de las personas a las que quieres vender tus **productos** o **servicios**.

- **Competencia**

Existen otros negocios que trabajan en lo mismo que tu negocio o en algo muy parecido. Sus clientes y tus clientes son los mismos, por lo que estos negocios compiten por los mismos clientes.

Debes conocer tu competencia:

- Conocer qué tipo de productos y servicios son los que entregan.
- Conocer en qué se diferencian de tu negocio.
- Conocer cuáles son los precios que ofrecen.
- Conocer el tipo de clientes que atienden.

- **Segmento:**

Parte de un elemento o de un todo. Por ejemplo, un grupo de personas que tienen entre 18 y 25 años, corresponden a un segmento de edad.

- **Clientes:**

Persona que compra algo que quiere o necesita en un negocio.

- **Productos:**

Objetos o elementos que vende una empresa y que puedes ver o tocar.

- **Servicios:**

Actividades que venden las empresas pero que no puedes ver o tocar. Por ejemplo, una empresa que ofrece el servicio de limpieza.

- **Canales de distribución**

Los canales de distribución son los espacios que usaremos para entregar los productos o servicios. Por ejemplo, la empresa de transportes que lleva el producto a la casa de los clientes es un canal de distribución.

- **Relación con los clientes**

La relación con los clientes es la forma en la que nos comunicamos con los clientes del negocio. Por ejemplo, a través de una página web.

- **Análisis interno y externo**

Este análisis te permitirá conocer los elementos que son:

- **Fortalezas** de tu negocio.
- Oportunidades de **mercado**.
- **Debilidades** de tu negocio.
- **Amenazas** del mercado.

- **Fortalezas:**

Capacidades que tiene una persona o institución y que ayudan a realizar un trabajo específico, por sus propias características. Por ejemplo, las poleras que vendes son de mejor calidad que las de otros negocios. La calidad de tus poleras es una fortaleza.

- **Mercado:**

Entorno en el que se compran y venden productos o servicios. Por ejemplo, el mercado de los libros es el entorno relacionado con todo lo que tiene que ver con la compra y la venta de libros.

- **Debilidades:**

Falta de fuerza o dificultades que tiene una persona o institución.

- **Amenazas:**

Cuando algo puede ser un posible problema o puede hacer daño.

Cuando ya tienes toda la información de los elementos de tu negocio puedes trabajar en el plan de marketing.

Para crear el plan de marketing debes seguir estos pasos:

1. Decidir a qué clientes quieres vender tus productos o servicios. Puedes preguntarte:
 - ¿a quién quiero vender?
 - ¿cuáles son las características de esos clientes?

Cuando ya lo decidiste puedes ajustar el plan de marketing para los clientes actuales y futuros.

2. Decidir cuáles serán los objetivos del plan de marketing. Por ejemplo:
 - tener más clientes,
 - tener más ventas,
 - hacer que los clientes que tienes sean fieles a tu negocio,
 - entre otras metas para mejorar tu negocio.

3. Cuando ya tienes los objetivos que quieres lograr puedes crear el plan de marketing, es decir, las acciones que debes hacer. Para lograr las acciones se deben juntar de forma correcta los 4 elementos del "marketing mix".

Los 4 elementos del marketing mix son:

- **Producto:**

¿Qué productos o servicios ofreces a través de publicidad?

¿Qué productos o servicios serían más populares y cuáles llamarían la atención del cliente?

- **Precio:**

¿Tendrás un precio especial del producto o servicio en la campana?

¿Tendrás descuentos de tus productos o servicios?

- **Promoción:**

¿Cómo comunicarás la campaña?

¿En dónde harás la campaña, por ejemplo, en redes sociales o página web?

- **Plaza:**

¿Qué canales de distribución utilizarás para entregar el producto a los nuevos clientes?

• **Marketing mix:**

Son todas las estrategias y acciones de una empresa o negocio para mejorarlos mediante la información del producto, precio, promoción y plaza. La plaza son las formas de distribuir o entregar tu producto o servicio.

• **Campana:**

Todas las cosas que hace un negocio o empresa para lograr vender más y que tengas más clientes. Por ejemplo, ofrecer descuentos en tu producto o servicio.

4. Cuando ya tienes el plan de marketing debes decidir cómo medir los resultados de la campaña de publicidad para:

- saber si tienes más clientes,
- saber si tienes más ventas,
- entre otras.

5. El paso final es calcular cuánto te costó el plan de marketing y saber si puedes pagarlo con el **presupuesto** que tienes.

Con toda esta información, vemos que el plan de marketing es una buena herramienta para mejorar tu negocio. Todo emprendedor debería conocer y considerar el plan de marketing para llegar de mejor manera a los clientes y así tener más ventas. Si tienes más ventas, tendrás un ingreso mayor de dinero.

• **Presupuesto:**
Es el cálculo de dinero que se hace para saber cuánto costará algo.



Servicio
**Lectura
Fácil**



©Documento adaptado por **CEDETi UC** y validado
por **Universidad de los Andes**.

© Lectura Fácil Europa. Logo: Inclusion Europe.

Más información en www.easy-to-read.eu

Desarrolla



Fundación Vida
Independiente
Chile

Este proyecto es financiado por el Gobierno de Chile a través del Fondo Chile
Compromiso de Todos año 2021, Ministerio de Desarrollo Social y Familia

