

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Es un proceso metódico, el cual se encarga de recopilar todo tipo de información para analizar la situación actual de la entidad y de acuerdo a ello evaluar cuales serían las mejores estrategias e indicadores para lograr llegar a la meta o resultados esperados.



Permite el avance del posicionamiento y efectividad de los procesos internos de la marca mediante estrategias del desarrollo implementadas en todas las áreas de la marca.



Permite instaurar una diferenciación y evitar la convergencia competitiva, permitiendo tomar mejores decisiones



Permite aumentar la rentabilidad, debido que analiza persistentemente las oportunidades del negocio, así como los nichos de mercado



Estudios de satisfacción

El estudio de mercado es un instrumento de medición que nos permite conocer el valor de la marca en los clientes al adquirir algún producto o servicio, existen muchas razones y aspectos a tomar en cuenta, con el objetivo de conocer que áreas del negocio necesitan mejorar, también descubrir las verdaderas necesidades del cliente, y mejorar las estrategias para mantener su fidelización y seguir cumpliendo con sus expectativas.



Posicionamiento de Marca

El posicionamiento de marca se basa principalmente en cómo ocupar un lugar estratégico en la mente del consumidor, esto implica una tarea compleja ya que abarca múltiples elementos (atributos, beneficios, diseño entre otros), estas acciones deben impactar en la mente de los consumidores, es importante tener en cuenta los elementos que se asociarán a la marca, ya que de ello depende el crecimiento del negocio y la diferenciación en el mercado.



Pre Test y Post Test

Consiste en realizar una prueba antes y después a las personas que estuvieron involucradas en algún experimento o estudio.



Seguimiento de Campañas

Este seguimiento consiste en la medición del avance y la eficacia de una campaña publicitaria de manera periódica, es importante ya que su finalidad es efectuar las correcciones necesarias de manera eficiente. Es recomendable realizar un seguimiento de las acciones de la marca de manera independiente, previo y posterior a la campaña, con el objetivo de tener una medición eficaz.