

Plan de marketing

Según Philip Kotler, el **plan de marketing** es un "Documento escrito que resume lo que el especialista de marketing ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de marketing¹".

El plan de marketing opera en dos niveles: el **plan de marketing estratégico** y el **plan de marketing táctico**. Mientras que el primero "se apoya de entrada en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones²" determinando las líneas generales, como el mercado meta al que se buscará satisfacer y la propuesta de valor; el segundo "es una gestión voluntarista de conquista de los mercados existentes²" especificando acciones de Marketing concretas y trabajando con la Mezcla de Mercadotecnia

Si bien la estructura de un Plan de Marketing puede variar en función de las necesidades de quien lo crea, de manera estándar suele contener casi siempre las siguientes partes:

1. Resumen ejecutivo
2. Análisis de la situación
3. Declaración de la misión, visión y objetivos
4. Estrategias
5. Plan de acción
6. Evaluación y control

Esta estructura responde y se asemeja al proceso de cómo se elabora un plan de marketing o de mercadeo, con la excepción del resumen ejecutivo, que si bien va al principio del documento; al ser un resumen de todo, no se puede realizar sino como último paso del proceso.

Material adicional

- Plantilla descargable y Ejemplos

Referencias

1. Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2006). *Dirección de Marketing* Pearson Educación. ISBN 970-26-0763-9.
2. Lambin, Jean-Jacques (1995). *Marketing Estratégico* Mc-Graw Hill.
3. Johan Z. Fischer. «Plan de mercadeo y ventas» (<http://tunegocioblog.com/post/159156901684/plan-de-mercadeo-y-ventas>). Consultado el 13 de abril de 2017

Obtenido de https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Plan_de_marketing&oldid=101522967

Se editó esta página por última vez el 30 ago 2017 a las 19:19.

El texto está disponible bajo la Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0 pueden aplicarse cláusulas adicionales. Al usar este sitio, usted acepta nuestros términos de uso y nuestra política de privacidad
Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc., una organización sin ánimo de lucro.