

Plan de Marketing para Pymes

Los 5 puntos clave

1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
- 2.Cuál es el entorno en el que me muevo
3. Qué cliente y objetivos quiero
4. Cómo lo voy a conseguir
5. Cuánto me cuesta en tiempo y dinero



@pacosuay

#planmarketingCEEI

Quién es Paco Suay

Doctor en Marketing por el CEU

Profesor en la Universidad Cardenal Herrera CEU y otras universidades internacionales

20 años como profesor en diversos centros y escuelas de negocio

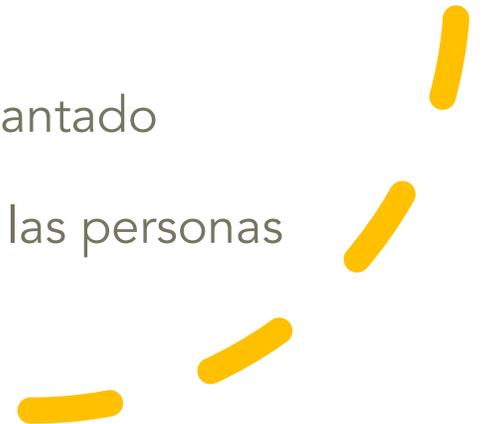
He trabajado en seguros, consultoría, marketing y publicidad durante más de 18 años. Ya soy mayor de edad

Casado y con dos hijos

Valencianista por arraigo familiar, algo desencantado

Me gustan los coches clásicos y por supuesto las personas

Docente por vocación



Qué es un Plan de Marketing

<https://www.menti.com/2j44nmef4k>



Qué es un Plan de Marketing

Trazar el camino a seguir para llegar al lugar deseado en el tiempo previsto



Qué es un Plan de Marketing

Planificar es decidir con
suficiente antelación



Qué es un Plan de Marketing

Es el dogma por el que se rige
la política de marketing de la
empresa



Qué es un Plan de Marketing

Estudiar el/los escenario/s



Qué es un Plan de Marketing

Elegir los objetivos que desean alcanzarse



Qué es un Plan de Marketing

Diseñar estrategias y
programas de acción



Qué es un Plan de Marketing

Coordinar recursos



Qué es un Plan de Marketing

Controlar



Cómo es un Plan de Marketing

- Un documentos escrito: siempre escribir ...
- Realista, completo, detallado y coherente.
- Sencillo y fácil de entender por todos los estamentos
- Práctico = orientado a los resultados.
- Comprometedor
- Anual
- Flexible = futuro



Quiénes
participan
en un Plan
de
Marketing

**TODA
LA
EMPRESA**



Valores

Misión

No cambia y no se completa
Se consigue y cambia

Visión

Estrategia

Metas/Objetivos

Acciones/Tareas

Plan de Marketing para Pymes

Los 5 puntos clave

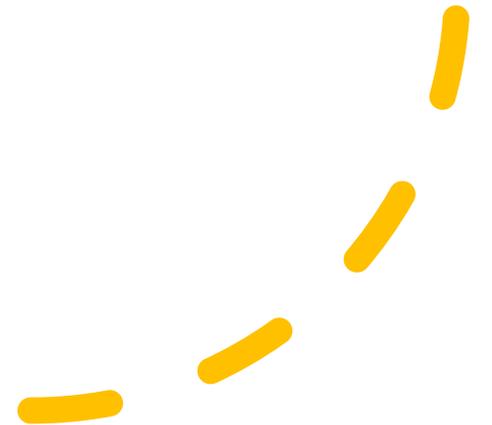
1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
- 2.Cuál es el entorno en el que me muevo
3. Qué cliente y objetivos quiero
4. Cómo lo voy a conseguir
5. Cuánto me cuesta en tiempo y dinero



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Dónde estamos?
Análisis realista de la
situación

Análisis interno



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Clientes

Clasificación ABC y A'B'C'



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Productos, categorías, líneas



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Precios

Descuentos

Márgenes



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Distribución

Canales

Rentabilidades



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Comunicación

Qué cuento

Y a quién



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Organización y estructura
comercial

Cómo vendo



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

Presupuesto

Cuanto invierto

ROI



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades

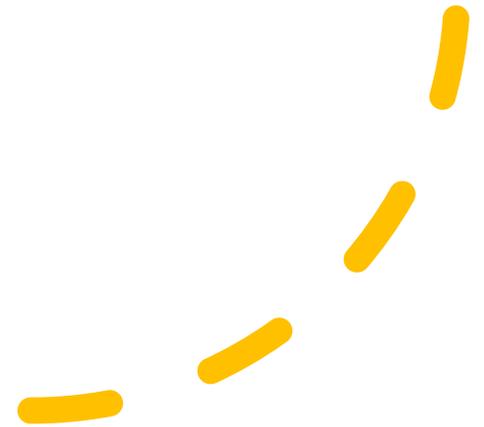
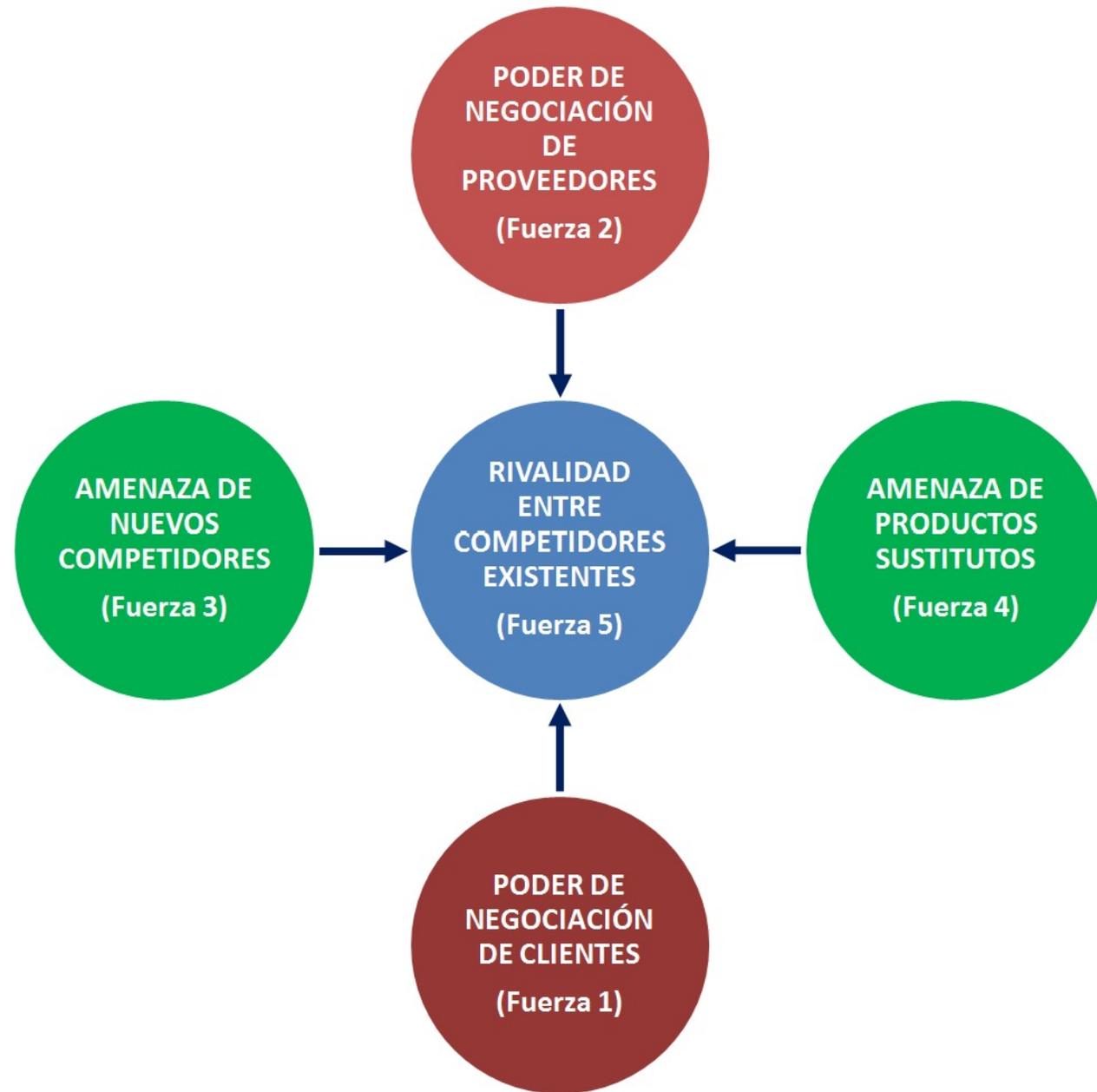
Análisis del sector/competencia

Competidores Directos, indirectos,
potenciales

Análisis del mercado Cuotas de
mercado



Quién soy
como
empresa, mis
fortalezas y
debilidades



Plan de Marketing para Pymes

Los 5 puntos clave

1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
- 2.Cuál es el entorno en el que me muevo**
3. Qué cliente y objetivos quiero
4. Cómo lo voy a conseguir
5. Cuánto me cuesta en tiempo y dinero



Cuál es el entorno en el que me muevo, amenazas y oportunidades

Análisis externo

Mundo Global

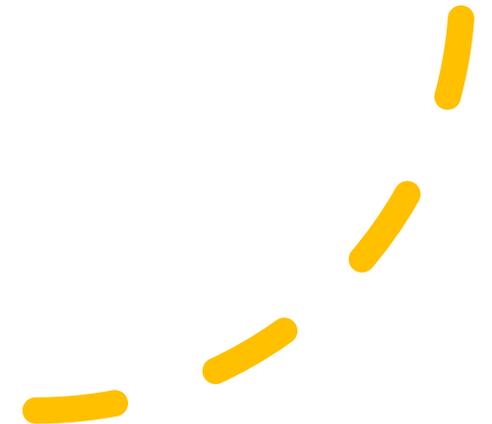
Entorno VUCA

Volátil

Incierto

Complejo

Ambiguo



Cuál es el
entorno en el
que me
muevo,
amenazas y
oportunidades

Factores Políticos



Cuál es el entorno en el que me muevo, amenazas y oportunidades

Factores Económicos



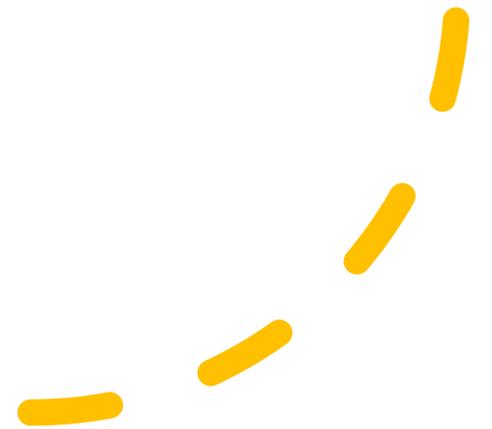
Cuál es el
entorno en el
que me
muevo,
amenazas y
oportunidades

Factores Sociales



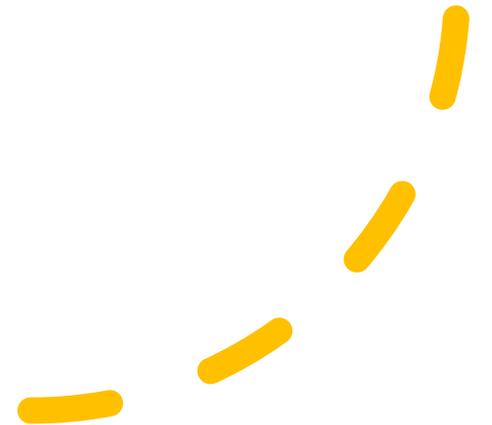
Cuál es el
entorno en el
que me
muevo,
amenazas y
oportunidades

Factores Tecnológicos



Cuál es el
entorno en el
que me
muevo,
amenazas y
oportunidades

Factores Legales



Fortalezas
Debilidades
Amenazas
Oportunidades

DAFO



Plan de Marketing para Pymes

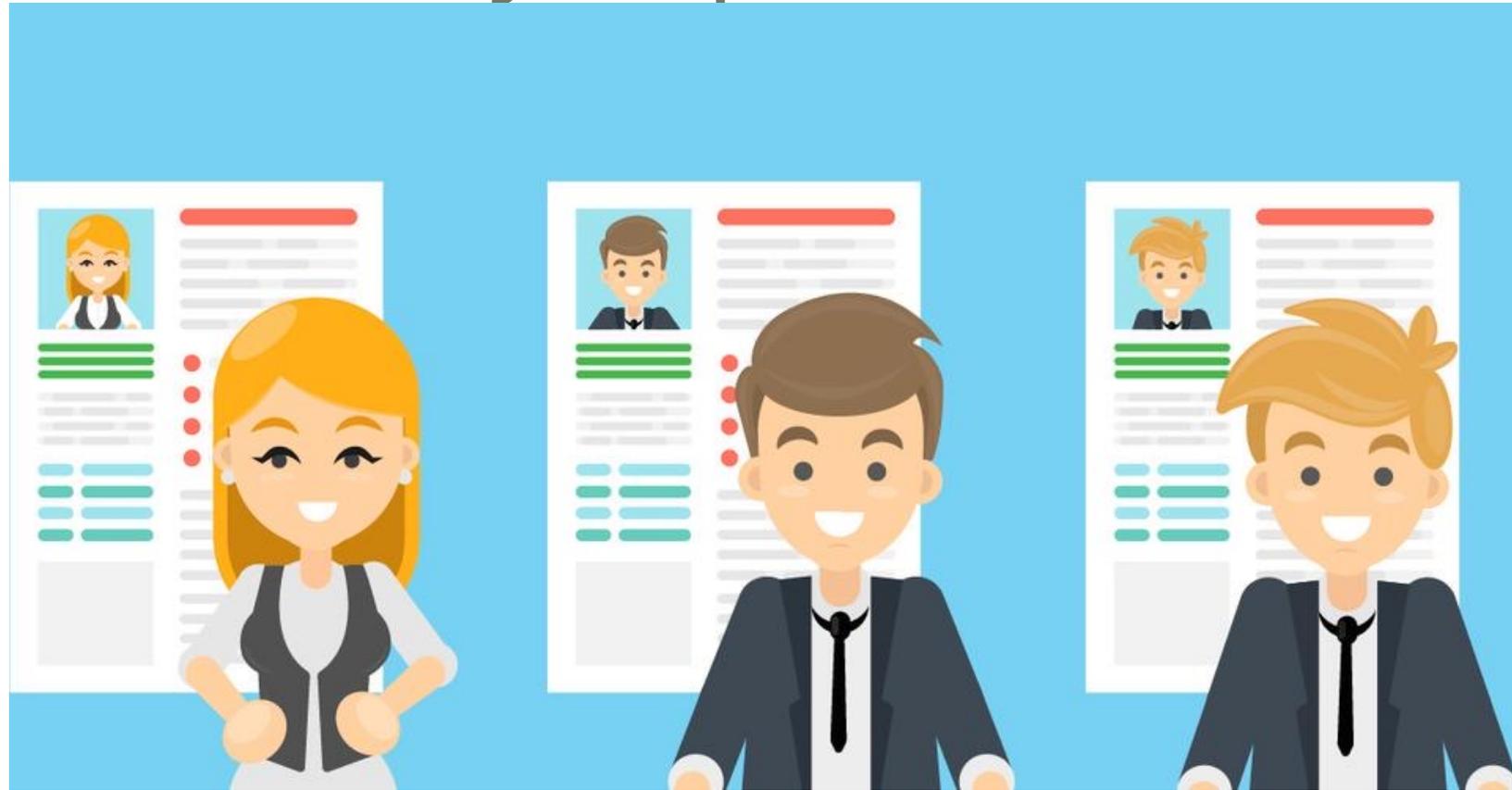
Los 5 puntos clave

1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
- 2.Cuál es el entorno en el que me muevo
3. **Qué cliente y objetivos quiero**
4. Cómo lo voy a conseguir,
5. Cuánto me cuesta en tiempo y dinero



Buyer persona

Qué
cliente y
objetivos
quiero



Qué
cliente y
objetivos
quiero

Buyer persona

Representación de tu público objetivo

No es real

Características demográficas

Intereses, gustos, aficiones

Comportamiento



Qué cliente y objetivos quiero



Qué cliente y objetivos quiero



Raúl Gómez

Estudiante de instituto

BUYER PERSONA 1



¿Qué hace?

A parte de seguir con los estudios y dar clases de inglés, también le gusta practicar deporte, como jugar al fútbol con su equipo.

Cuando tiene tiempo libre le gusta jugar a videojuegos con sus amigos y ver directos de Twitch. También pasa mucho tiempo en RRSS como Instagram y TikTok.

Los viernes después de las clases le gusta salir con los amigos y cenar fuera de casa.

Comportamiento de compra

Suele consumir con su grupo de amigos y como tienen un presupuesto limitado suelen aprovecharse de ofertas y descuentos de la aplicación.

¿Quién es?

Estudiante de 4º de ESO de 16 años. Vive en Valencia con sus padres y su hermano pequeño.

Pertenece a la clase media. Sus padres le dan una paga semanal para salir con sus amigos.

Es un chico alto y atlético y le gusta vestir a la moda.

¿Qué siente?

Está en un momento de su vida en el que tiene que tomar decisiones importantes pero no se siente preparado, como elegir la rama que estudiará en bachiller.

Siente que está en una edad en la que es mayor para algunas cosas y no lo suficiente maduro para otras y eso le frustra.

Personalidad

Es extrovertido, sociable, le gusta estar en contacto con la gente en RRSS todo el rato. Se encuentra un poco estresado por los estudios, pero siempre tiene tiempo para estar con sus amigos.

Siente que se está haciendo mayor y cada vez pasa menos tiempo con sus padres y más con sus amigos. En cierto modo, se avergüenza si lo ven con ellos y quiere ser más independiente.

Aspiraciones

Siempre ha querido ser futbolista profesional, pero sabe que no será posible. Por eso, quiere centrarse en sus estudios, aunque aún no tiene muy claro a qué le gustaría dedicarse.

También quiere ser más independiente y empezar a valer por sí mismo.



Qué
cliente y
objetivos
quiero

Objetivos

- M** Medible
- A** Alcanzable
- R** Relevante
- T** Tiempo (en)
- E** Específico



Plan de Marketing para Pymes

Los 5 puntos clave

1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
- 2.Cuál es el entorno en el que me muevo
3. Qué cliente y objetivos quiero
- 4. Cómo lo voy a conseguir**
5. Cuánto me cuesta en tiempo y dinero



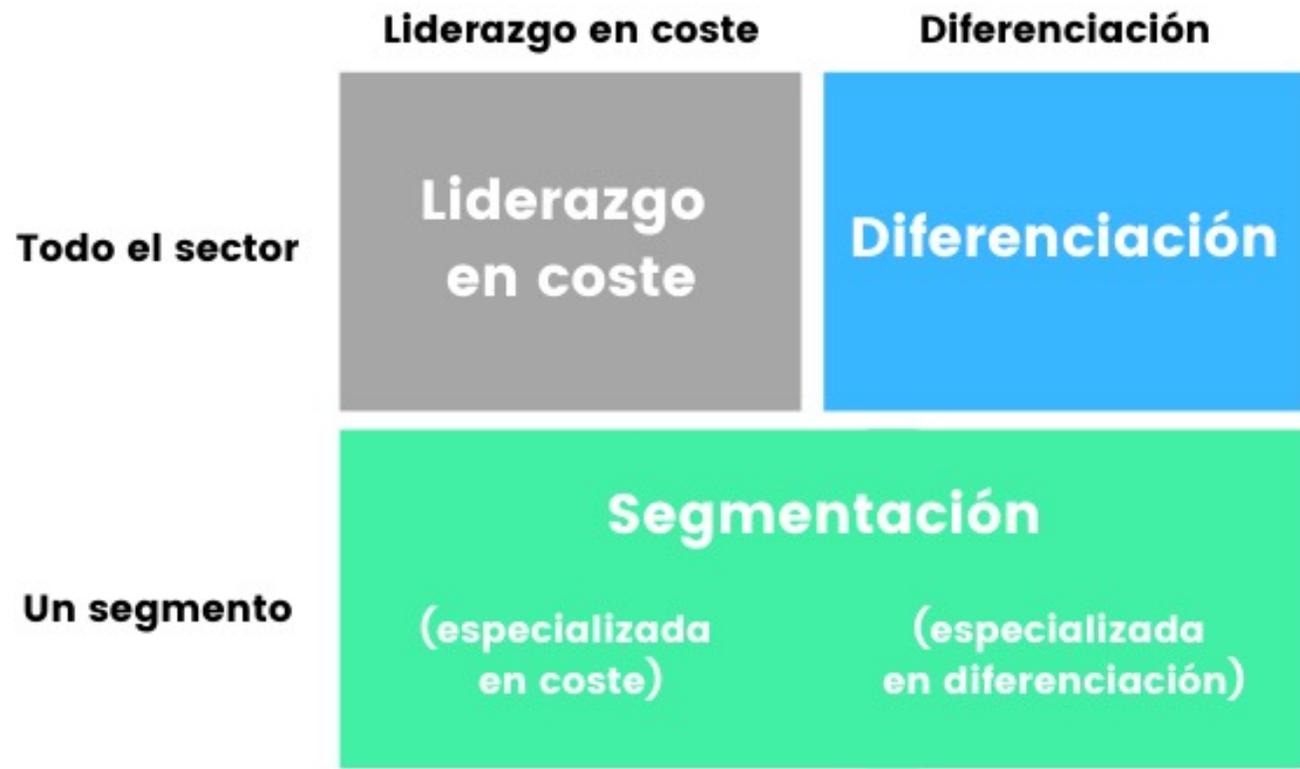
Cómo lo
voy a
conseguir

“ Si tuviera nueve horas para talar un árbol, emplearía siete de ellas en afilar el hacha ”

Abraham Lincoln



Cómo lo voy a conseguir



Estrategias Competitivas de Porter





Cómo lo
voy a
conseguir

Es un itinerario



Cómo lo
voy a
conseguir

Puede haber más de una
siempre que sean
complementarias
y no contradictorias entre si



Cómo lo
voy a
conseguir

Conjunto de acciones que nos
llevan a la visión y a conseguir
los objetivos marcados



Cómo lo
voy a
conseguir

Establecer acciones de:

Producto

Precio

Promoción

Distribución



Plan de Marketing para Pymes

Los 5 puntos clave

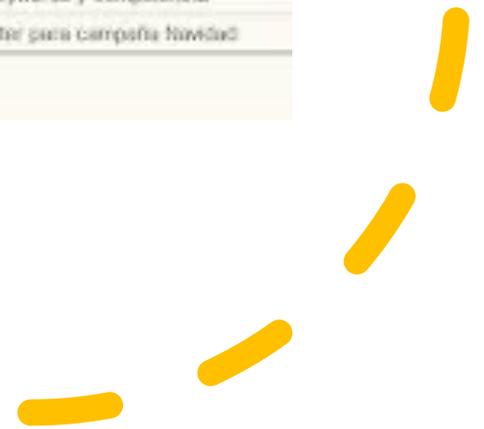
1. Quién soy como empresa, mis fortalezas y debilidades
2. Cuál es el entorno en el que me muevo
3. Qué cliente y objetivos quiero
4. Cómo lo voy a conseguir
5. **Cuánto me cuesta en tiempo y dinero**



Cuánto
me cuesta
en tiempo
y dinero

Presupuestos

	ARTICULO	COSTO	FECHA	MOTIVO DEL GASTO
PRESUPUESTO	Página web	2.500,00 €	25/05/2015	Creación de una página web única y diferente
	Campaña RRSS	200,00 €	12/06/2015	Promoción de los valores de la empresa
	Selección herramienta email	60,00 €	01/07/2015	Compra de herramienta de email marketing
	Diseño logotipo	200,00 €	18/05/2015	Diseño del logotipo corporativo
	Software CRM	180,00 €	01/06/2015	Compra del software de CRM
	Análisis SEO	200,00 €	08/07/2015	Análisis SEO de keywords y competencia
	Promoción Twitter	100,00 €	11/11/2015	Promoción en Twitter para campaña Navidad
	Subtotal	3.440,00 €		

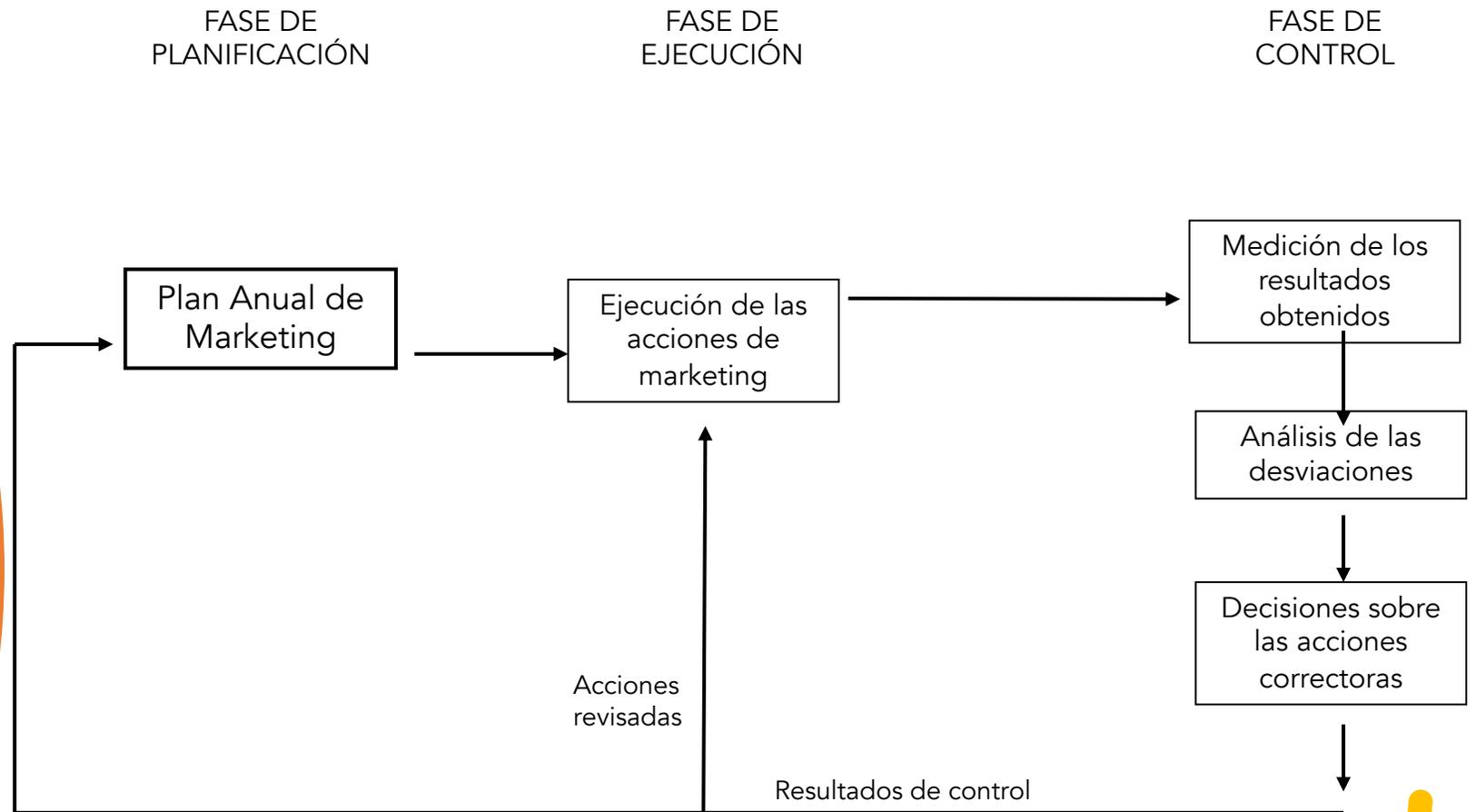


Cuánto
me cuesta
en tiempo
y dinero

Rentabilidad



Cuánto
me cuesta
en tiempo
y dinero



Muchas
Gracias

<https://www.menti.com/egbvjc89fm>



paco.suay@orangethinking.es

