GUIA RESUMEN DE MARKETING ESTRATEGICO

Un proceso de marketing estratégico en una empresa debe contemplar los siguientes tópicos clave

1. Análisis de la Situación

- Análisis Interno: Evaluar los recursos, capacidades, y competencias de la empresa.
- Análisis Externo: Examinar el mercado, competencia, tendencias, y el entorno macroeconómico. Herramientas como el análisis PESTEL y el análisis de las 5 Fuerzas de Porter son útiles.

2. Definición de Objetivos

Establecer metas claras y medibles, alineadas con la visión y misión de la empresa, como aumentar la cuota de mercado o mejorar la rentabilidad.

3. Segmentación de Mercado

Identificar y analizar los diferentes segmentos del mercado para enfocar los esfuerzos en los grupos de mayor potencial.

4. Posicionamiento

Definir cómo quieres que tu marca sea percibida en relación con la competencia en la mente de los consumidores.

5. Marketing Mix

- Producto: Definir características, beneficios, y ventajas competitivas.
- Precio: Establecer estrategias de precios acordes con la propuesta de valor.
- Plaza (Distribución): Determinar canales de distribución y puntos de venta.
- Promoción: Desarrollar estrategias de comunicación y promoción para llegar efectivamente al público objetivo.

6. Plan de Acción

Establecer las tácticas específicas y el cronograma para ejecutar las estrategias, asignando responsabilidades y recursos.

7. Medición y Control

Definir indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario.

Este proceso debe ser dinámico, permitiendo ajustes conforme cambian las condiciones del mercado y la empresa evoluciona.

En el equipo de Bbest Group contamos con los expertos idóneos que pueden brindarle a su empresa las visiones, estrategias y la gobernanza adecuadas para que su compañía implemente un correcto proceso de marketing estratégico. Para acceder a la guía completa, por favor envíenos un correo a contacto@bbest.cl solicitando que se la enviemos.