Plan de Marketing

PRODUCTO:

*[Escriba los datos sobre la elaboración de este documento: autor, departamento, fecha, etc.]*

Contenido

1. Resumen del mercado
2. Definición del producto
3. Análisis de Competencia
4. Posicionamiento
5. Estrategias de comunicación
6. Embalaje y realización
7. Estrategias de lanzamiento
8. Relaciones Públicas
9. Publicidad
10. Otras actividades promocionales
11. Precios
12. Distribución
13. Mercados
14. Mercados Internacionales
15. Indicadores de éxito
16. Calendario

Resumen del Mercado

Desarrolle un resumen de la estructura del mercado: Pasado, presente y futuro del mercado y de su sector. Identifique los cambios en las cuotas de mercado, liderazgo, participantes, fluctuaciones del cercado, costos, precios y analice la competencia



Definición del producto

Describa ampliamente el producto / servicio que va a comercializar o que ya está comercializando

Análisis de Competencia

Realice un análisis de la competencia, ofreciendo una visión general de sus competidores, comparativa de sus puntos fuertes y sus debilidades. Especifique la posición de cada producto de la competencia respecto a su producto.



Posicionamiento

Defina el público objetivo de su producto. Defina precisamente la posición del su producto dentro del mercado y con respecto a la competencia. Destaque como quiere ser percibido por el público objetivo de su producto

Estrategias de Comunicación

Establezca los lineamientos generales de los mensajes en función al público objetivo. Defina los medios a través de los cuales espera llegar a su target

Embalaje y realización

Defina tamaño, precio, aspecto del embalaje. Resuma el costo de producción del producto y el empaque

Estrategias de Lanzamiento

Especifique las diferentes estrategias que se van a utilizar en cuanto a promoción y publicidad. Señale el presupuesto que se utilizará para estas actividades

Relaciones Públicas

Incluya una relación de las diversas acciones de RR.PP. a llevar a cabo. Desarrolle diversas líneas estratégicas

Publicidad

Resumen de la estrategia. Medios que se incluirán en el plan de medios. Presupuesto asignado a esta actividad



Otras actividades promocionales

Detalle todas las actividades adicionales que a nivel de promoción se han de desarrollar: marketing directo, mailing, promociones, etc.

Precios

Resuma la estrategias de precios, compare con los productos de la competencia y defina la política de precios que se va adoptar

Distribución

Estrategia de distribución. Distribución por canal. Estrategia de canal.

Mercados

Estudiar las oportunidades de segmentos concretos de mercado. Indicar las estrategias de distribución para dichos mercados o segmentos. Especificar el uso de terceras compañías para la distribución a mercados verticales.

Mercados Internacionales

Señalar particularidades de la distribución internacional, estrategia de precios en los mercados internacionales y posibles variaciones del producto.

Indicadores de éxito

Objetivos a mediano y largo plazo. Sistemas de valoración éxito / fracaso.

Calendario

Señale el cronograma de actividades en los primeros 12 meses.