

ESQUEMA PLAN DE MARKETING

PACOLORENTE

1

ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN

- Análisis externo (PESTEL)
- Análisis interno
- DAFO / CAME
- Análisis competidores
- Investigación cuantitativa (cuestionarios)
- Investigación cualitativa (Focus Group)
- Mapas de posicionamiento

2

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

- Detección de los insights clave

3

FIJACIÓN DE OBJETIVOS

- Objetivos SMART
- Establecer metodologías tipo OKR

4

DEFINIR PÚBLICO OBJETIVO

- Estilos de vida
- Micro-segmentación
- Buyer Persona

5

DEFINIR ESTRATÉGIAS

- Tipologías de estrategias
- Estrategias emocionales
- Ventaja competitiva

6

PLAN DE ACCIONES

- Proceso creativo
- Elaborar acciones determinadas según las estrategias fijadas
- Realistas y realizables
- Fijar presupuesto

7

CALENDARIO Y MEDICIÓN

- Establecer calendario
- Fijar las actividades de cada acción (antes, durante y después)
- Establecer puntos de medición y métricas