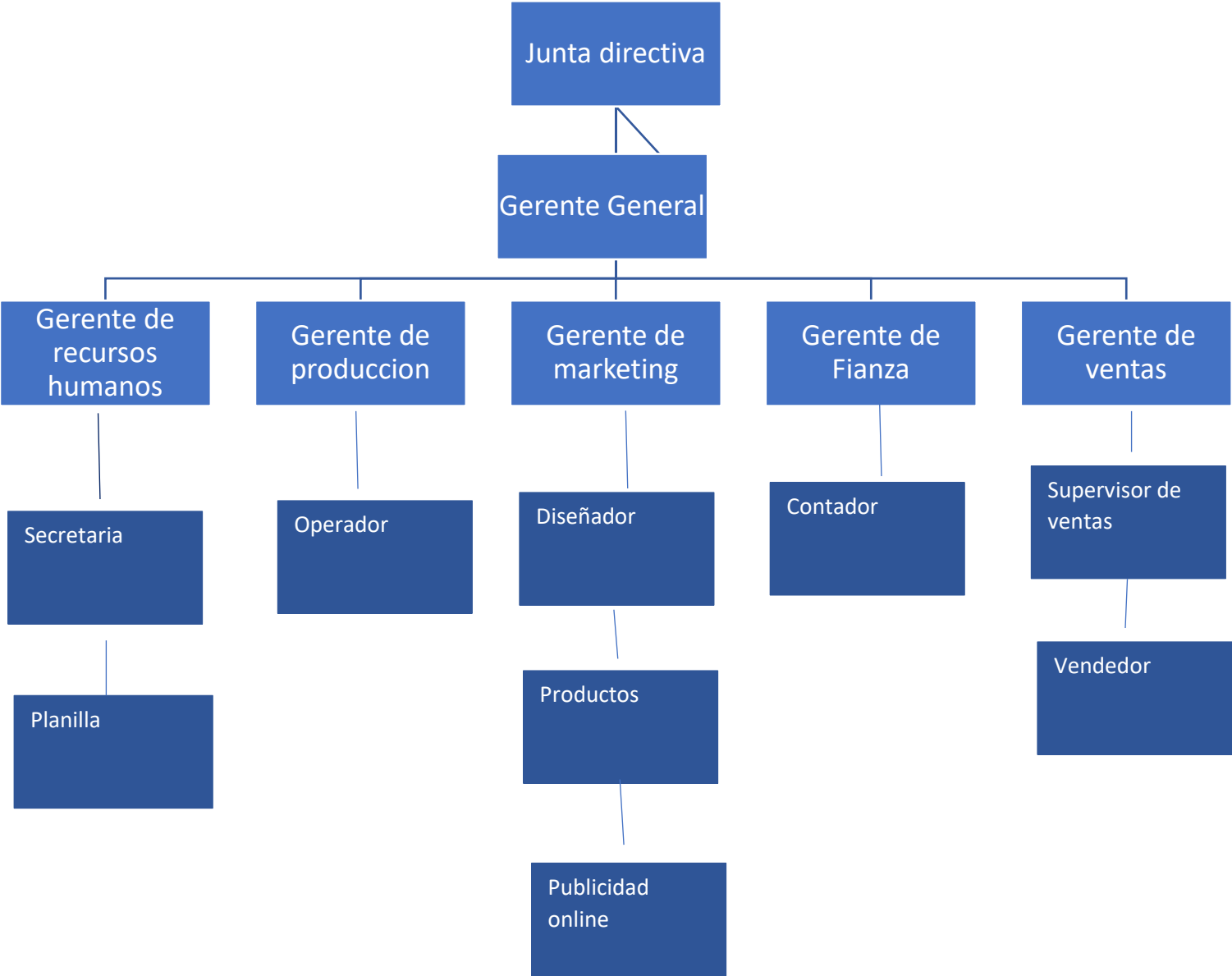




Melanie Sofía Pérez Roldán

Planeación Estratégica

En esta etapa, el sistema de planeación de la compañía pasa por varios procesos en un esfuerzo por mejorar su eficiencia en general.

Se caracteriza por una planeación a largo plazo de la cual se parte para definir las metas a corto plazo por ejemplo los gerentes en una compañía elaboran un plan estratégico para cinco años al principio del año y un plan anual de operación para el año en curso.

Con la planeación a lo largo plazo todas las acciones de la empresa empiezan a tomar un carácter más estratégico. De esta manera los documentos se vuelven relativamente simples al contener estadísticas así como acciones tácticas.

Melanie Sofia Perez

A medida que la compañía adquiere experiencia en la planeación se procura estandarizar los formatos del plan para que la alta gerencia pueda hacer comparaciones más válidas entre las unidades del negocio.

A medida que la cultura de la gerencia cobra arraigo en la compañía se introducen otras mejoras. Los gerentes reciben más entrenamiento en el uso del análisis financiero y se les exige justificar sus recomendaciones no en volumen de ventas, sino en términos de margen en términos de contribución flujo de caja y la tasa de retorno sobre la inversión. Se elabora programa de computación para ayudar a los gerentes de producto a examinar el impacto de diferentes planes.

Melanie Sofia Pérez

El primero se refiere a la planeación total de la Empresa que abarca el establecimiento de metas generales y estrategias a largo plazo por el esfuerzo de mercadotecnia de toda la Empresa. Esta planeación se dedica a determinar las necesidades financieras, de recursos humanos.

El segundo concepto se relaciona con la planeación de la mercadotecnia que incluye el desarrollo de programas a largo plazo para los primeros plazos de la mezcla de la Merca-
dotecnia: producto, precio, plaza y promoción.

El último concepto de planeación es el plan anual de mercadotecnia que consiste en elaborar un plan Maestro que cubra las operaciones de mercadotecnia de año en año en este plan Refleja

Melanie Sofia Perez

Algunos planes que requieren fuertes esfuerzos y recursos de la mercadotecnia son el producto el plan promocional el plan de mercado y el plan de producto-mercado estos deben describir en forma individual los objetivos estratégicos y factibles que abran de seguirse cada plan es elaborado por el gerente de cada área

Análisis de la situación de la Empresa (Diagnóstico): a este diagnóstico también se le llama diagnóstico de la empresa y consiste en estudiar cuidadosamente los factores internos y externos de una compañía

En la planeación de la mercadotecnia el pronóstico de ventas es un aspecto sumamente importante represente la base de todo.

Melania Sofia Perez

Existen por lo menos cuatro tipos de organizaciones fundamentales de la mercadotecnia a la que cualquier debe que dar cabida a algun lado modo estos tipos se mencionen a continuacion.

Algunos departamentos de mercadotecnia se encuentran organizados segun las funciones generales del mercado. Como la investigacion de mercados.

Una empresa que vende sus propios productos en toda la republica mexicana. o en otros paises puede organizar sus actividades es eficaz.