

Cómo hacer un Plan de Marketing paso a paso
ÍNDICE

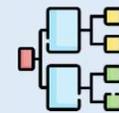
Sección	Página/s
Presentación del manual	4
¿Qué es Marketing y Plan de Marketing?	5-6
Estructura y Contenido	7-23
Kit de Herramientas/Plantillas	24-42
Referencias bibliográficas	43



KIT DE HERRAMIENTAS/PLANTILLAS

para un Plan de Marketing

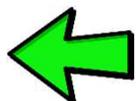
Sección	Página/s
Misión, Visión y Valores	25
Identificación de la DIFERENCIACIÓN	26
Identificación del POSICIONAMIENTO	27
Análisis DAFO	28
Análisis PEST/PESTEL	29
Gráfico del perfil estratégico	30
Criterios de segmentación de clientes	31
Buyer-persona	32
Mapa de empatía	33
Análisis de Competidores	34-35
Clasificación de Objetivos SMART	36
Clasificación de Estrategias	37-38
Calendario de Acciones	39
Clasificación de Métricas de Control-KPIs	40-41
Esquema resumen de la planificación	42



ESTRUCTURA Y CONTENIDO
 de un Plan de Marketing

Sección	Página/s
Resumen ejecutivo	8
Índice	9
1. Introducción	10
2. Análisis de situación	11
2.1. Análisis interno	12
2.2. Análisis externo	13-14
2.2.1. Análisis del Microentorno	13
2.2.2. Análisis del Macroentorno	14
2.3. DAFO	15
3. Planificación de Marketing	16
3.1. Objetivos	17
3.2. Estrategias	18
3.3. Acciones	19
3.4. Control	20
3.5. Esquema resumen de la planificación	21
4. Conclusiones y recomendaciones para la gestión	22
Bibliografía y anexo/s	23

Los hipervínculos se presentan subrayados y en color azul o naranja, dependiendo de la sección del manual a la que te dirigen



Haciendo clic en este icono te vuelves a este ÍNDICE