LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

MI PLAN DE MARKETING

¿Por dónde empezar?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

QUIEN SOY

Ayudo a las pymes, emprendedores y startups a impulsar sus negocios desde el propósito.
soy fiel creyente que si se tiene claro la propuesta de valor. Todo, absolutamente todo, fluirá para ese fin.

Consultora de desarrollo de negocios desde la transformación digital, Marketing y las ventas.

Profesional en Finanzas y Coach Profesional
Experiencia como CRO. Dirección General desde las ventas.

PARA QUE SIRVE EL PLAN DE MARKETING

- Muestra cosas que antes desconocíamos.
- Ayuda a centrar la atención en aspectos que, sin él, pasarían desapercibidos.
- Ayuda a prevenir errores.
- Permite determinar cuales son los factores clave para el éxito.
- Permite establecer objetivos claros de marketing.
- Implica saber como va a alcanzar los objetivos marcados.

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

- ¿Dónde estoy?

- ¿Hacia dónde voy?

- ¿Cómo lo haré para llegar?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

¿Dónde estoy?

- Información sobre producto o servicio.

- Clientes y posibles clientes.

- Competencia.

- Nuestra empresa.

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

SOBRE NOSOTRAS

¿Hacia dónde voy?

- Identificar los factores claves de éxito.

- Establecer objetivos.

- Realizar una previsión de ventas.

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

SOBRE NOSOTROS

- ¿Cómo haré llegar mi producto a su destino?

- ¿Qué haré para alcanzar con precisión cada uno de los objetivos?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

SOBRE NOSOTROS

- ¿Con qué frecuencia lo haré?

- ¿Cuánto me va a costar?

- ¿Que resultado espero con esa acción?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿Qué es exactamente lo que vendo?

- ¿Cuál es su alcance?

- ¿Qué aspecto tiene?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿Qué presentación, diseños, posibilidades, colores?

- ¿Existen opciones personalizadas?

- ¿Vende accesorios y aplicaciones?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿Cómo se transporta?

- ¿Dónde se vende?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿Qué aspecto tiene el packaging?

- ¿Cómo se transporta?

- ¿Dónde se vende?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿En qué forma llega al cliente?

- ¿Es necesario explicar el producto?¿necesita instrucciones?

- ¿Es fácil de utilizar?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PREGUNTEMONOS COSAS

PRODUCTO

- ¿Será fácil incrementar la producción si las ventas suben?

- ¿Puedes subcontratar facilmente?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

CLIENTES Y POSIBLES CLIENTES

- ¿Quienes son?

- ¿Qué edad tienen?

- ¿Son Hombres o mujeres?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

CLIENTES Y POSIBLES CLIENTES

- ¿Son empresas o particulares?
- ¿Dónde viven?
- ¿Cuánto ganan?
- ¿Cuales son sus tendencias de compra?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

DIBUJA TU BUYER PERSONA

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

ACTITUD DE MI CLIENTE

- ¿Qué les gusta de mi producto o servicio?

- ¿que características les atrae? (El precio, los accesorios, servicio postventa, por que da prestigio).

- ¿Que les disgusta?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

ACTITUD DE MI CLIENTE

- ¿Que les gusta de este tipo de producto o servicio?

- ¿Cuales son los beneficios generales?

- ¿Porqué te prefieren a ti y no a la competencia?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

COMPETENCIA

- ¿ Cuales son los puntos fuertes de la competencia?

- ¿Qué productos o servicios tiene la competencia? (fracaso por pensar que soy el mejor)

- ¿Si no te compra a ti le compran a otro?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

Mi empresa

Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas

Fortalezas	Oportunidades

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

Competencia

	Mi producto o servicio	Competidor 1	Competidor 2
Producto o servicio			
Precio			
Ofertas especiales			
Calidad			
Seguridad del producto			
Reputación			
Distribución			
Servicio Post-venta			
Alcance Geografico			
Publicidad			

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

COMPETENCIA

- ¿Quines son mis competidores?

- ¿Ofrecen algo más?

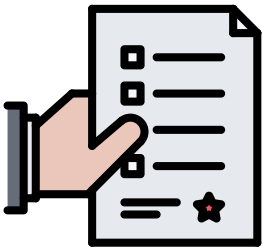
- ¿Qué es?

- ¿Qué tienen ellos que no tenga usted?

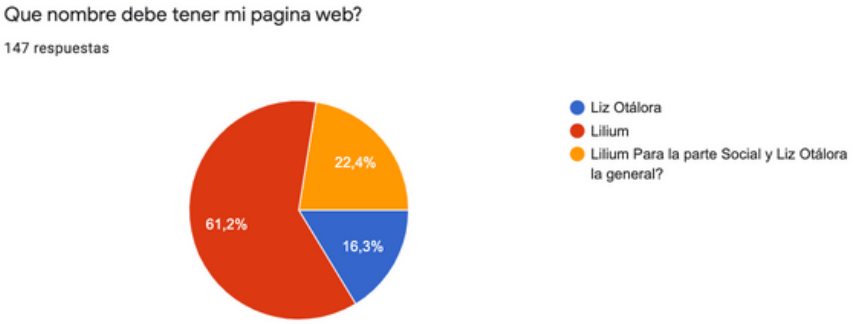
LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

QUE DICE MI CLIENTE

- Hablar cara a cara
- Llamarlos
- escribirles
- Encuestarlos



- Google Forms



LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PROVEEDORES

- ¿Quienes son?

- ¿Cuántos tengo?

- ¿Qué tanto dependo de ellos?

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

OBJETIVOS

- Identificar los factores clave de éxito.

- Establecer sus objetivos.

- Realizar una previsión de ventas.

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

IDENTIFICAR LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO.

Ejemplos:

- Reducción de coste.
- Mejorar el servicio al cliente.
- Acortar tiempos de entrega.
- Desarrollar nuevos productos.
- Mejorar la calidad.
- Aumentar número de clientes en BBDD.
- Mejorar servicio post-venta

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

IDENTIFICAR LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO.

Establece los tuyos:

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

ESTABLECER OBJETIVOS

Establece los tuyos:

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

COMPETENCIA

	Mi producto o servicio	Competidor 1	Competidor 2
Reparto			
Servicio post venta			
Calidad			

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

RECUERDA TU PROPÓSITO EMPRESARIAL

Meta

Acción:

- Cuantificable
- Calificable
- Medible
- Realizable en determinado tiempo

Accíon

Objetivo

Serie de metas
Cristalización de un plan de acción

Llamado a la acción
Atterizaje

Propósito

Voluntad de hacer algo.
Construir en sueño, deseo anhelo, objetivo, meta.

Llamado a Soñar

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

METAS

EL METODO SMART

Consigue lo que quieras.

Specific - Específica.
Estableve el qué, el porqué y el cómo.

Mesurable - Medible.
Define los criterios para saber si alcanzaste la meta o no.

Achievable - Alcanzable.
Retadora pero realista

Result-Focused - Orientación al resultado
Establecer los beneficios de alcanzar una meta

Time-Bound - Basada en tiempo
Fija un tiempo para cumplirla

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

ESTABLECER PRIORIDADES
PRODUCTOS O SERVICIOS MAS VALIOSO

Crecimiento alto

Prioridad maxima.

Prioridad Intermedia.

Crecimiento bajo

Prioridad Intermedia.

Prioridad Mínima.

Alta participación en el mercado

Baja participación en el mercado

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

LA PREVISION DE VENTAS

Producto	1	2	3
A			
B			
TOTAL INGRESO			

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

LA PREVISION DE VENTAS

Si estas empezando seguramente operaras un tiempo a perdidas

- ¿Qué unidades pienso vender?

- ¿A qué precio?

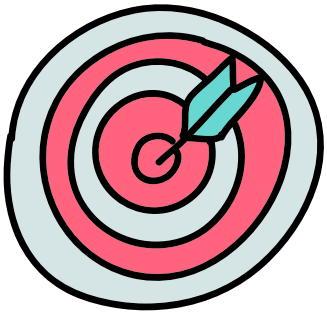
- ¿Ventas por tipo ?

- Ventas según distribución geográfica.

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

PLAN DE ACCIÓN

- Incrementar el conocimiento de la empresa y de us productos o servicios.
- Incrementar la fidelidad existente de sus clientes.
- Asegurar las ventas.
- Generar una mayor facturación.
- Incrementar el conocimiento de su mercado



LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA Y DE US PRODUCTOS O SERVICIOS.

- Publicidad Online
- Publicidad Offline
- Ferias
- Telemarketing
- Visitas
- Eventos especiales
- Esponsorización

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

LIZ OTÁLORA
COACH & MENTORA

DATOS DE CONTACTO

@lizotalora

Info@lizotalora.com

603533705

www.lizotalora.com