

LA PLANEACIÓN

PRINCIPIOS DE LA EMPRESA

Los Objetivos

Son todas las acciones que yo realizo para alcanzar dicha meta. Los objetivos están compuestos por tres aspectos:

- ¿qué quiero conseguir?
- ¿cómo lo voy a conseguir?
- ¿por qué y/o para qué lo voy a conseguir?



La Meta

Es lo que quiero lograr o alcanzar, es el propósito que tiene la empresa.



La Misión

La misión es un propósito duradero en el tiempo el cual sólo debe cambiar porque la empresa cambie de razón social o porque haya obtenido un mayor crecimiento de los esperado.

La Visión

Es un sueño que se espera volver realidad en determinado tiempo de estar laborando en una actividad económica.

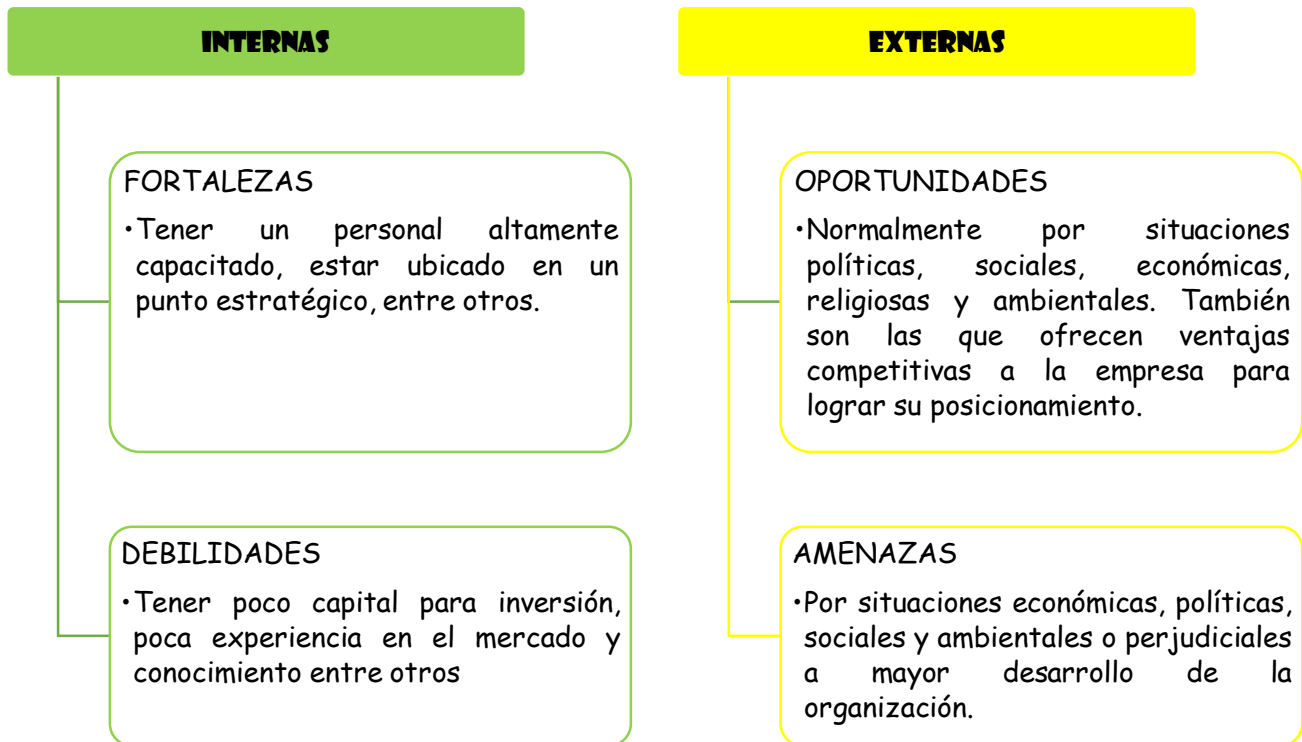


MATRIZ DOFA



Es una herramienta administrativa que permite hacer un análisis profundo de las situaciones internas y externas que rodean la empresa. Está conformado por fortaleza y debilidades a nivel interno y oportunidades y amenazas a nivel externo.

Ejemplo de matriz DOFA



LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Son acciones que se realizan con el fin de contrarrestar o hacer frente a problemas que se presentan en la empresa, tales como debilidades y amenazas; esta última no se puede cambiar porque es el entorno el que la genera, pero si permite adaptarse a ella.

MEZCLA DE MERCADEO

Son todo tipo de estrategias que se realizan con el fin de dar a conocer el producto o servicio que ofrece la empresa desde el momento que nace o se crea hasta el momento que llega a manos del consumidor o usuario final. La mezcla de mercadeo está formada por:

La preventa

Publicidad.

Dar a conocer el producto o servicio. Por ejemplo: volantes, tarjetas de presentación, pancartas entre otras.



Producto o servicio

Dentro de este se explica en que consiste el producto o servicio que voy a ofrecer además de que valor agregado o de diferenciación puedo ofrecer mi producto o servicio para ser competitivo.

Plaza

Lugar donde está ubicado el negocio, aspectos positivos de la ubicación.

Promoción

Acciones que permiten hacer más llamativo el producto y/o servicio, también como atraer clientes: Merchandising.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que me permite identificar las características de mis clientes potenciales mirándolos desde 3 segmentos que son:

- **Segmentación demográfica**
- **Segmentación geográfica**
- **Segmentación sicográfica**

Segmentación demográfica

Consiste en determinar algunos factores que son relevantes en cuanto a las características de mi cliente que pueden influir o no en mis ventas. Los factores son:

- La edad
- El sexo
- La religión
- El estado civil
- El nivel de ingresos
- El nivel educativo



Segmentación geográfica

Tiene en cuenta factores como el lugar de ubicación de la empresa y otros factores como el clima, la cultura y la región.

Segmentación psicográfica

Maneja la percepción del hombre y su estrato social, sus gustos.