

Los puntos más importantes de un plan de marketing, según Alexander Rojas Elmudesi

En un momento histórico de amplia competencia, las empresas se ven en la necesidad de incorporar distintas estrategias orientadas a aumentar el número de ventas y fidelizar con sus clientes. En este sentido, un plan de marketing se convierte en una herramienta imprescindible para que las pequeñas y medianas empresas tengan la posibilidad de alcanzar a su público objetivo, atraerlo, fidelizar con él y aumentar su capital a través de acciones concretas

A continuación, Alexander Rojas Elmudesi habla acerca de los puntos básicos que todo plan de marketing debe tener para ser efectivo.

Puntos que no pueden faltar en un plan de marketing de acuerdo a Alexander Rojas Elmudesi.

Según explica Alexander Rojas Elmudesi, un plan de marketing tiene la capacidad de generar mayor visibilidad para la empresa, haciendo que sus productos y servicios lleguen a su público objetivo y puedan ser de interés para él. No obstante, para ello, se requiere de generar un plan de marketing que sea efectivo y que pueda surtir los resultados esperados. Para ello, Elmudesi sostiene que el plan debe cumplir con los siguientes puntos indispensables.

Diagnóstico interno y externo

A través de un análisis profundo inicial, se puede conocer en qué situación está la empresa de acuerdo a un mercado y contexto particular. Esto incluye saber cuál es la situación de la competencia y las debilidades y fortalezas que se tiene en este sentido.

Una de las mejores formas de lograr esto, explica Alexander Rojas Elmudesi, es a través de lo que se conoce como el análisis DAFO: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una marca. Desde este punto de partida, se puede definir cuál es la oportunidad que la empresa tiene en el mercado y qué aspectos necesita trabajar.

Segmentación

En segundo lugar, se hace referencia a la segmentación. Esto se refiere a la identificación del público objetivo de la marca y la posterior división de este en grupos de clientes que presenten características similares entre sí. Ello, explica Alexander Rojas Elmudesi, debido a que las mismas estrategias no funcionan de la misma manera para todas las personas, por lo que es indispensable adecuar las técnicas de marketing empleadas a las particularidades de cada grupo, mejorando su efectividad.

Técnicas de marketing adecuadas para cada caso

Siguiendo el punto anterior, sostiene Alexander Rojas Elmudesi que, de acuerdo a la segmentación que se haya hecho del público objetivo, es necesario elegir las técnicas y estrategias de marketing que

mejor se adapten a este y que mejor se adecúen a la misión y los objetivos de la marca.

Las acciones entre las que es posible elegir son múltiples y se pueden ir variando con el paso del tiempo. Así, se puede encontrar desde el marketing de redes sociales hasta las estrategias de SEO y SEM, el email marketing, entre otras cosas. Una vez que se seleccione qué estrategias se van a llevar a cabo para cada grupo del público objetivo, estas deben efectuarse teniendo en cuenta los objetivos que se planea obtener de cada una, los plazos de aplicación y el presupuesto disponible para ello.

Medición

Finalmente, explica Alexander Rojas Elmudesi que la medición de resultados es un punto imprescindible en todo buen plan de marketing. Es lo que permite tener información concreta respecto de los resultados que las estrategias de marketing aplicadas están teniendo y, en base a ello, determinar si es necesario hacer modificaciones o si se debe continuar o reforzar un rumbo en particular. La medición es, en otros términos, la clave para identificar qué caminos tomar en base a resultados, para poder mejorar los resultados de la inversión.

Datos de contacto:

Jorge Martínez Barrio
694857635

Nota de prensa publicada en: [República Dominicana](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>