**[](https://es.smartsheet.com/try-it?trp=27299&utm_language=ES&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/go-to-market-plan-template&utm_medium=ic+go+to+market+marketing+plan+27299+word+es&lpa=ic+go+to+market+marketing+plan+27299+word+es&lx=pQhW3PqqrwhJVef8td3gUgBAgeTPLDIL8TQRu558b7w)**

**PLAN DE MARKETING DE COMERCIALIZACIÓN**

MARKETING PLAN

NOMBRE DE LA EMPRESA

Forma, patrón de fondo

Descripción generada automáticamenteDirección de la calle

Ciudad, Estado y Zip

webaddress.com

Versión 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |
| CORREO ELECTRÓNICO | | TELÉFONO |
|  | |  |
| APROBADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |

tabla de contenidos

[1.RESUMEN EJECUTIVO3](#_Toc22670101)

[2.DECLARACIÓN DE MISIÓN4](#_Toc22670102)

[3.DECLARACIÓN DE VISIÓN4](#_Toc22670103)

[4.ANÁLISIS SITUACIONAL5](#_Toc22670104)

[4.15C ANÁLISIS5](#_Toc22670105)

[4.1.1EMPRESA5](#_Toc22670106)

[4.1.2COLABORADORES5](#_Toc22670107)

[4.1.3CLIENTES5](#_Toc22670108)

[4.1.4COMPETIDORES5](#_Toc22670109)

[4.1.5CLIMA5](#_Toc22670110)

[4.2ANÁLISIS DE TEJIDOS6](#_Toc22670111)

[5.CAPACIDADES PRINCIPALES7](#_Toc22670112)

[6.OBJETIVOS8](#_Toc22670113)

[6.1OBJETIVOS COMERCIALES8](#_Toc22670114)

[6.2OBJETIVOS DE VENTAS8](#_Toc22670115)

[6.3OBJETIVOS FINANCIEROS9](#_Toc22670116)

[6.4OBJETIVOS DE MARKETING9](#_Toc22670117)

[7.MERCADO OBJETIVO10](#_Toc22670118)

[7.1RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN10](#_Toc22670119)

[7.2PUNTOS DE LA PINTURA10](#_Toc22670120)

[7.3SOLUCIONES11](#_Toc22670121)

[7.4PERSONA COMPRADOR11](#_Toc22670122)

[8.ESTRATEGIA DE MARKETING12](#_Toc22670123)

[8.1CICLO DE COMPRA DEL COMPRADOR12](#_Toc22670124)

[8.2PROPUESTA DE VENTA ÚNICA (USP) 12](#_Toc22670125)

[8.3MARCAJE13](#_Toc22670126)

[8.4MARKETING MIX – 4Ps13](#_Toc22670127)

[8.4.1PRODUCTO13](#_Toc22670128)

[8.4.2PRECIO13](#_Toc22670129)

[8.4.3PLACE14](#_Toc22670130)

[8.4.4PROMOCIÓN14](#_Toc22670131)

[8.5CANALES DE COMERCIALIZACIÓN14](#_Toc22670132)

[8.6PRESUPUESTARIO15](#_Toc22670133)

[9.NORMAS DE RENDIMIENTO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN16](#_Toc22670134)

[9.1NORMAS DE RENDIMIENTO16](#_Toc22670135)

[9.2MARCAS DE BANCO16](#_Toc22670136)

[9.3MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR EL ÉXITO17](#_Toc22670137)

[9.4MÉTODOS DE MEDICIÓN17](#_Toc22670138)

[10.RESUMEN FINANCIERO18](#_Toc22670139)

[10.1PRESIONES FINANCIERAS18](#_Toc22670140)

[10.2ANÁLISIS DE PUNTOS DE EQUILIBRIO18](#_Toc22670141)

[10.3ES FINANCIEROS19](#_Toc22670142)

[10.3.1DECLARACIÓN DE INGRESOS19](#_Toc22670143)

[10.3.2PROYECCIÓN DE FLUJO EN EFECTIVO19](#_Toc22670144)

[10.3.3BALANCETA19](#_Toc22670145)

[11.APÉNDICE20](#_Toc22670146)

[11.1RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN20](#_Toc22670147)

[11.2ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO20](#_Toc22670148)

# RESUMEN EJECUTIVO

|  |
| --- |
|  |

# DECLARACIÓN DE OBJETIVOS

|  |
| --- |
|  |

# DECLARACIÓN DE VISIÓN

|  |
| --- |
|  |

# ANÁLISIS SITUACIONAL

## ANÁLISIS 5C

### COMPAÑÍA

|  |
| --- |
|  |

### COLABORADORES

|  |
| --- |
|  |

### CLIENTELA

|  |
| --- |
|  |

### COMPETIDORES

|  |
| --- |
|  |

### CLIMA

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISIS DAFO

|  |  |
| --- | --- |
| FACTORES INTERNOS | |
| FORTALEZAS (+) | DEBILIDADES (-) |
|  |  |
| FACTORES EXTERNOS | |
| OPORTUNIDADES (+) | AMENAZAS (-) |
|  |  |

# CAPACIDADES PRINCIPALES

CAPACIDAD UNO

|  |
| --- |
|  |

CAPACIDAD DOS

|  |
| --- |
|  |

CAPACIDAD TRES

|  |
| --- |
|  |

# METAS

## OBJETIVOS DE NEGOCIO

|  |
| --- |
|  |

## OBJETIVOS DE VENTAS

|  |
| --- |
|  |

## OBJETIVOS FINANCIEROS

|  |
| --- |
|  |

## OBJETIVOS DE MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# MERCADO OBJETIVO

## RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## PUNTOS DÉBILES

|  |
| --- |
|  |

## SOLUCIONES

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# ESTRATEGIA DE MARKETING

## CICLO DE COMPRA DEL COMPRADOR

|  |
| --- |
|  |

## PROPUESTA DE VENTA ÚNICA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## BRANDING

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING MIX – 4Ps

### PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

### PRECIO

|  |
| --- |
|  |

### LUGAR

|  |
| --- |
|  |

### PROMOCIÓN

|  |
| --- |
|  |

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## PRESUPUESTO

|  |
| --- |
|  |

# ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN

## NORMAS DE ACTUACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## REFERENCIA

|  |
| --- |
|  |

## MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR EL ÉXITO

|  |
| --- |
|  |

## MÉTODOS DE MEDICIÓN

|  |
| --- |
|  |

# RESUMEN FINANCIERO

## PREVISIONES FINANCIERAS

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

|  |
| --- |
|  |

## ESTADOS FINANCIEROS

### CUENTA DE RESULTADOS

|  |
| --- |
|  |

### PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

|  |
| --- |
|  |

### BALANCE

|  |
| --- |
|  |

# APÉNDICE

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**  Cualquier artículo, plantilla o información proporcionada por Smartsheet en el sitio web es solo para referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos representaciones o garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, artículos, plantillas o gráficos relacionados contenidos en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |