1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA

Lo primero que se debe realizar cuando se decide planear una estrategia de marketing es analizar la situación dela empresa desde todos los puntos posibles. Debe conocerse el entorno económico de la misma, dónde desarrolla sus ventas y sus estrategias, qué medios son los más apropiados para el producto o servicio que ofrece, etc

2. DÓNDE ESTÁ EL PÚBLICO OBJETIVO

Debe realizarse un estudio de los potenciales clientes, qué personas son las más susceptibles de realizar una compra y en que ámbitos suelen moverse.

Por ejemplo, entre las distintas redes sociales existentes algunas suelen ser más utilizadas por un determinado tipo de personas, en un rango de edades determinadas. Conocer en qué tipos de redes sociales suelen invertir su tiempo los potenciales clientes de una determinada empresa es vital para conocer el escenario en el que se debe actuar con el plan de marketing.

3. CONOCER A LA COMPETENCIA

Es muy importante saber cómo actúa la competencia, qué suele hacer, conocer sus intenciones y sus comportamientos, para así tener toda la información de los rivales a los que se debe enfrentar.

4. PLANTEAR OBJETIVOS

Es el punto más importante de un plan de marketing. En estos objetivos se basarán los diferentes pasos a dar en cada momento. **Fijar unos objetivos claros y específicos** es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar.

5. DIVIDIR PARA VENCER

Es imprescindible **segmentar los diferentes potenciales clientes** con los que cuenta una empresa. No todos son iguales, no todos tienen las mismas aficiones o costumbres.

Emprender una acción lo más personal posible es quizá la manera de conseguir mejores resultados. La efectividad de un plan de marketing muchas veces se basa en la segmentación de sus acciones, en función de los posibles focos de acción sobre los que actuar.

6. ADAPTACIÓN

En el mundo actual todos tenemos acceso a casi todo. Internet está al servicio de todos, por lo que cualquier estrategia de marketing digital exitosa debe ser una que sea capaz de captar la atención de un determinado público, por lo que debe ser **lo más personalizada posible**.

El marketing digital es una potente herramienta para darse a conocer, pero se debe utilizar de forma sabia para poder sacar el máximo partido. Publicidad enfocada a los perfiles característicos de cada persona es algo que nunca debe perderse de vista en el plan de marketing.

7. EJECUCIÓN

Aplicar las estrategias fijadas es la mejor manera de conocer si funcionan. **Evaluar los resultados** es vital para saber si es necesario modificar la estrategia.

El plan de marketing es el empujoncito que toda empresa necesita para poder conseguir mejores resultados. Analizando las situaciones, conociendo dónde y cómo moverse, es posible organizar un **plan de acción eficaz y preciso**.

