



FICHA TALLERES DE EMPRENDER EN LA ESCUELA 2010-11



Título: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS; CLIENTE, MERCADO, ENTORNO Y HERRAMIENTAS DEL MARKETING.

Descripción y objetivos:

Una vez seleccionada la idea de negocio, se debe plantear la estrategia de empresa cuyo desarrollo pasa por una adecuada planificación basada en un análisis tanto interno como externo. Partiendo de las capacidades del equipo emprendedor (ptos. fuertes y débiles), se procederá a establecer los objetivos del proyecto, la toma de decisiones y las estrategias a seguir.

Tenemos una buena idea de negocio, distinta, innovadora pero ahora hay que analizar la situación del cliente, del mercado y el cómo ofrecerlo bajo parámetros de máxima persuasividad. Actualmente es obligatorio delimitar bien al mercado haciendo segmentos homogéneos y realizar un análisis conceptual de la idea. Con todo ello se deberán desarrollar estrategias de trabajo para poder conseguir los objetivos marcados.

Actualmente, el marketing mix (Producto, Precio, Promoción y Distribución) lucha para quedarse con la presa más codiciada: el consumidor, pero hay que adquirir los conocimientos y técnicas para utilizarlas y combinarlas correctamente.

Puntos que se tratan:

- Planificación estratégica; qué es y para qué sirve.
- El cliente y el proceso de decisión de compra
- Sector, mercado y competencia.
- Herramientas controlables del marketing: Producto, precio, promoción y distribución

