Estrategias de Marketing y Ventas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Teorema de “Estructura 9 P” | | |
| Nombre Producto o Servicio | Mezcla por Producto/Servicio | Estrategias a Seguir y Toma de Decisiones de la  Mezcla de Mercadeo |
| 1 P:  Producto (y/o  Servicio) | 2 P: Persona (cliente) | 1. (definir a cuáles tipos de clientes se venderá) |
| 3 P: Precios | 1. (precisar el precio a ofrecer) |
| 4 P: Promociones | 1. (identificar el tipo de promoción a prometer) |
| 5 P: Publicidad | 1. (determinar los medios y mensaje de publicidad) |
| (nombre del producto y/o servicio) | 6 P: Plaza (distribución) | 1. (formar la estrategia de distribución) |
| 7 P: Proyección | 1. (establecer el presupuesto de inversión a efectuar) |
| 8 P: Políticas de Créditos | 1. (delimitar las estrategias de crédito a proponer) |
| 9 P: Políticas de Cobros | 1. (especificar cómo será las tácticas de cobro) |

## Estrategias generales para productos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Productos | Mezcla por Producto | Estrategias a Seguir y Toma de Decisiones de la  Mezcla de Mercadeo |
| 1 P:  Producto | 2 P: Persona (cliente) | 1. (definir a cuáles tipos de clientes se venderá) |
| 3 P: Precios | 1. (precisar el precio a ofrecer) |
| 4 P: Promociones | 1. (identificar el tipo de promoción a prometer) |
| 5 P: Publicidad | 1. (determinar los medios y mensaje de publicidad) |
| (nombre del producto) | 6 P: Plaza (distribución) | 1. (formar la estrategia de distribución) |
| 7 P: Proyección | 1. (establecer el presupuesto de inversión a efectuar) |
| 8 P: Políticas de Créditos | 1. (delimitar las estrategias de crédito a proponer) |
| 9 P: Políticas de Cobros | 1. (especificar cómo será las tácticas de cobro) |

## Estrategias generales para servicios

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Servicio | Mezcla por Servicio | Estrategias a Seguir y Toma de Decisiones de la  Mezcla de Mercadeo |
| 1 P:  Servicio | 2 P: Persona (cliente) | 1. (definir a cuáles tipos de clientes se venderá) |
| 3 P: Precios | 1. (precisar el precio a ofrecer) |
| 4 P: Promociones | 1. (identificar el tipo de promoción a prometer) |
| 5 P: Publicidad | 1. (determinar los medios y mensaje de publicidad) |
| (nombre del servicio) | 6 P: Plaza (distribución) | 1. (formar la estrategia de distribución) |
| 7 P: Proyección | 1. (establecer el presupuesto de inversión a efectuar) |
| 8 P: Políticas de Créditos | 1. (delimitar las estrategias de crédito a proponer) |
| 9 P: Políticas de Cobros | 1. (especificar cómo será las tácticas de cobro) |

## Proyección de ventas y pos ventas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tipo de cliente | Productos y/o Servicios ofrecidos | Lista de Necesidades Analizadas | Productos y/o Servicios por ofrecer en futuro |
| 1. (Familias) | 1. (a) 2. (b) | 1. (asesoría) 2. (alimentación) | 1. (deportes) 2. (fumigación) |
| 1. (Empresas) | 1. (a) 2. (d) | 1. (asesoría) 2. (fumigación) | 1. (alimentación) 2. (vestimenta) |
| 1. (Jóvenes) | 1. (c) 2. (e) | 1. (deportes) 2. (vestimenta) | 1. (alimentación) 2. (asesoría) |
| 1. (Gobierno) | 1. (b) 2. (d) | 1. (alimentación) 2. (fumigación) | 1. (deportes) 2. (vestimenta) |