

# catalunya emprèn



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Ocupació

Unió Europea  
Fons social europeu  
L'FSE inverteix en el teu futur



## IVEAEMPA

Federación Española de Empresarios del Mar



Associació Empresarial de Publicitat

Gremi des de 1926



Polígons  
dels Plans

Vilanova del Camí  
La Pobla de Claramunt  
Odena



# catalunya emprèn

**ASSESSORAMENT SOBRE  
PLA DE MÀRQUETING**

## ASSESORAMENT SOBRE PLA DE MÀRQUETING

### OBJECTIUS

Molts emprenedors i empresaris desconeixen la importància que el màrqueting té per l'èxit dels seus negocis. El Pla de Màrqueting és una peça essencial per les PIMES i emprenedors que busquen la supervivència i l'èxit de les seves empreses.

### CONTINGUT

#### 1. IMPORTÀNCIA DEL PLA DE MÀRQUETING

Al Màrqueting, com a qualsevol altra activitat gerencial, la planificació constitueix un factor clau per minimitzar riscos i evitar el malbaratament de recursos i esforços.

#### 2. EL MÀRQUETING. DEFINICIONS I CONCEPTES

El Màrqueting ha estat definit per l'American Marketing Association com "el procés de planejar i executar la concepció, fixació de preus, promoció i distribució d'idees, béns i serveis per crear intercanvis que satisfacin els objectius individuals i organitzacionals.

#### 3. LES VARIABLES DEL MÀRQUETING

Podem resumir-les en 4: producte, preu, distribució-logística i venda.

#### 4. QUÈ ÉS UN PLA DE MÀRQUETING?

Podríem definir-ho com un document escrit en el que d'una forma sistemàtica i estructurada, prèvia realització dels corresponents anàlisis i estudis es defineixin els objectius a aconseguir en un període de temps determinat.

#### 5. PER QUÈ SERVEIX UN PLA DE MÀRQUETING?

El Pla de Màrqueting no només proporciona una visió clara dels objectius finals i de com aconseguir-los, sinó que a més ens mostrarà tots els aspectes de l'organització i del mercat.

#### 6. ETAPES DEL PLA DE MÀRQUETING

En un Pla de Màrqueting es distingeixen dos parts fonamentals: màrqueting estratègic i màrqueting operatiu.

#### 7. DIAGNÒSTIC DE LA SITUACIÓ

Amb la tota la informació recollida i analitzada es procedirà a fer tant de mercat com de l'entorn, pel que es recomana realitzar un anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats)

#### 8. ESTABLIMENT D'OBJECTIUS

Consolidació, rendibilitat i creixement.

#### 9. DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA

El termini estratègia fa referència a un conjunt conscient, racional i coherent de decisions sobre accions a emprendre i sobre recursos a utilitzar.

#### 10. PLA D'ACCIÓ

És la fase més dinàmica del pla de Màrqueting on es prendran les determinacions sobre el producte, el preu, la distribució i la comunicació.

#### 11. ASSIGNACIÓ PRESSUPOSTÀRIA | COMPTE DE RESULTATS PROVISIONALS

Aquesta seria la última fase del pla de Màrqueting on es quantifica el cost de les accions i dels recursos necessaris per dur-la a terme.

#### 12. CONTROL DEL PLA

Es tracta d'un requisit fonamental ja que permet saber si el desenvolupament del pla ha servit per aconseguir els objectius desitjats.