

LA IMPORTANCIA DE LA ESTRATEGIA DENTRO DEL PLAN DE MARKETING

Dentro de las empresas la estrategia es el faro que guía todas las decisiones y acciones que se vayan tomar. Así que dentro del plan de marketing nos lo tenemos que plantear de la misma forma, sin una estrategia sólida el plan de marketing carece de dirección y propósito y hará que solo dispongas de un conjunto de actividades dispersas y desconectadas. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta que, **sin estrategia no hay plan de marketing.**

Podríamos plantearnos que la estrategia es el mapa que orienta a la empresa hacia los objetivos comerciales, todos sabemos que el mapa es super importante para no perdernos, pero luego tenemos que adentrarnos en el bosque y ejecutar las directrices del mapa sin perder el rumbo, así que una vez tengamos clara la estrategia, la ejecución de las actividades necesarias para cumplir los objetivos de la propia estrategia también serán fundamentales.

¿Que pasaría si ejecutaras un plan de marketing sin estrategia?

Pues esto puede llevarte problemas y desafíos. Podrías invertir recursos en actividades de marketing que no estarían alineadas con tus objetivos a largo plazo desperdiciando así tiempo y dinero. O podrías lanzar campañas publicitarias que no resuenan con el público objetivo, en definitiva, puede llevarte a tomar decisiones erráticas y a obtener resultados decepcionantes.

Pero vamos por partes, la estrategia define quién es el público objetivo, que necesidades tiene, como la empresa puede satisfacer estas necesidades de manera única y como posicionarse en el mercado frente la competencia. Así que necesitamos una estrategia clara, porque sin ella es difícil determinar que acciones específicas tomar para alcanzar los objetivos deseados. Pero no solo esto, sino que también nos va a permitir adaptarnos a los cambios del entorno empresarial y del mercado de manera más ágil y eficaz. También permitirá a la empresa diferenciarse de la competencia y definirá que hace única a tu empresa, hecho realmente retador a día de hoy.

En que es indispensable reflexionar para desarrollar la estrategia;

1. Claridad en los objetivos. Estos tienen que ser SMARTER.
2. Conocimiento del mercado.
3. Segmentación y posicionamiento.
4. Coherencia y continuidad en las actividades de marketing.
5. Asignar recursos, ya sean financieros, humanos o tecnológicos.
6. Adaptarse al cambio. Disponer de un marco flexible.

Otro aspecto relevante son los KPIs (Key Performance Indicators), hay que tener en cuenta que una estrategia bien diseñada incluirá métricas que permitirán a la empresa evaluar las actividades y ajustar su enfoque si es necesario.

Sin una buena estrategia las empresas corren el riesgo de desperdiciar recursos, perderse oportunidades y perder relevancia en un mercado cada vez más competitivo. Por lo tanto es fundamental que las empresas inviertan tiempo y recursos en desarrollar y ejecutar una estrategia de marketing efectiva que guíe sus esfuerzos y los lleva hacia el éxito a largo plazo.