



# Marketing Internacional

**Sergio Corian**  
Arquitecto/ Marketing Coach



## **Guía Práctica:**

# **“Los 4 Puntos Básicos para Hacer Su Plan de Marketing”**

A manera de Índice

### **1er. PASO: “ANÁLISIS” DE SU HACER PROFESIONAL / COMERCIAL.**

- Planteos generales.
- SUS recursos personales, de su estudio o empresa.
- Definición de sus puntos fuertes y de sus debilidades.
- Planteo de su “visión” profesional y comercial a futuro.
- Definición de sus objetivos.
- Determinación de su/s mercado/s de trabajo.
- SU evaluación comercial.
- Evaluación de su organización de trabajo.
- Estudio de su competencia.

### **2do. PASO: SU “DIAGNOSTICO” PROFESIONAL / COMERCIAL.**

- Determinación de sus posibilidades a corto y mediano plazo.
- Definición de los servicios o productos que ofrece.
- Definición de su radio de acción.
- Determinación de acciones a seguir.
- Determinación de plazos y etapas posibles.

### **3er. PASO: “TRATAMIENTO” PARA SU HACER PROFESIONAL / COMERCIAL.**

- Mercados de trabajo.
- Objetivos para cada uno de ellos.
- Planteo de acciones a realizar.
- Herramientas necesarias para cada mercado.
- Elaboración de sus presupuestos de tiempo y de dinero.
- Determinación de responsabilidades.

### **4to. PASO: SU CRONOGRAMA DE TRABAJO.**

## 1er. PASO: "ANÁLISIS" DE SU HACER PROFESIONAL / COMERCIAL.

### Planteos Generales.

1- A **qué** se dedica usted, su estudio o su empresa?; en qué **negocio** está?  
(Por favor, descríballo desde el punto de vista de un potencial cliente:  
qué es lo que usted ofrece por lo que le valga la pena **pagar buen dinero**  
a un potencial cliente?).

2- **Quiénes son** sus principales clientes?

3- Cómo consiguió vents o encargos de trabajo de parte de dichos clientes?

4- Qué es lo que ellos consideraron para elegirlo a usted, como profesional /  
como empresa?

### Su Misión:

5- Qué es lo que usted, su estudio o su empresa deben lograr en su vida laboral/  
comercial?

6- En cuánto tiempo?

7- Con qué inversión de tiempo y de dinero?

8- Con ayuda de quién/es?

9-Cuál es su filosofía de trabajo, la de su estudio o empresa?  
(Descríbala como si un amigo estuviera hablando de usted, de su estudio o de su empresa, con un potencial cliente suyo)

**Sus Recursos:**

10- Cuáles son sus puntos fuertes?

**PERSONALES**

**PROFESIONALES**

**COMERCIALES**

11- Cuáles son sus debilidades?

**PERSONALES**

**PROFESIONALES**

**COMERCIALES**

12- Respecto de sus debilidades, cómo piensa que puede superarlas o mejorarlas?

13- Con qué recursos cuenta para desarrollar su actividad laboral?

### **RECURSOS HUMANOS**

### **RECURSOS TECNOLÓGICOS**

### **RECURSOS FINANCIEROS** (tiempo y dinero)

### **Sus Objetivos:**

14- Cuáles son sus objetivos **PERSONALES**,  
CUALITATIVOS y CUANTITATIVOS?

**Para este año en curso:**

Para **el año próximo:**

**"VISION" para dentro de 5 años**  
(Concretamente, dónde debería estar "parado" al concluir dicho período?)

15- Cuáles son sus objetivos **PROFESIONALES**,  
CUALITATIVOS y CUANTITATIVOS?

**Para este año en curso:**

Para **el año próximo:**

**“VISION” para dentro de 5 años**  
(Concretamente, dónde debería estar “parado” al concluir dicho período?)

16- Cuáles son sus objetivos **COMERCIALES**,  
CUALITATIVOS y CUANTITATIVOS?

**Para este año en curso:**

Para **el año próximo:**

**“VISION” para dentro de 5 años**  
(Concretamente, dónde debería estar “parado” al concluir dicho período?)

## Mercados:

17- Qué tipo de trabajos realizó o qué tipo de productos vendió en los últimos 5 años?; concretamente, en qué mercados ha estado trabajado?

Enumere los temas / el tipo de los últimos trabajos realizados o productos vendidos

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

18- De qué manera mantiene contacto periódico con sus "antiguos clientes"?

## SU Evaluación Comercial:

19-Cuál fue la su facturación en los últimos años?

**El año pasado** = \$ .....-

Con qué monto aproximado de beneficios? \$ .....-

20-Cuál fue su facturación en lo que va de **este año**?

\$ .....- , con beneficios de aprox. \$ .....-

21- Qué tipo de clientes o de trabajos le dejaron **mayores ganancias**?

22- Qué tipo de clientes o de trabajos **NO** le dejaron beneficios económicos?

### **La Promoción de sus Servicios:**

23- Cuánto tiempo dedica a planificar la forma de lograr nuevos clientes?  
Cuántas horas o días, por semana o por mes, ocupa en su promoción?

24- Cuánto tiempo y cuánto dinero invirtió en promocionar su estudio o empresa ...  
... en el **año pasado**?

... y en lo que va de **este año**?

25- Con cuántas personas, entidades o empresas que a futuro podrían llegar a ser potenciales clientes, se vinculó durante el año pasado; y durante este año?

### **Su Competencia:**

26- Conoce a aquellos profesionales, estudios o empresas que ofrecen los **mismos servicios o productos** que su estudio o su empresa, a los **mismos potenciales clientes**, en la **misma zona geográfica**?

27- Haga una lista de cinco profesionales, estudios o empresas que considere como **su competencia**:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

28- Cuáles son los principales **puntos fuertes** de cada uno de sus competidores?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

29- Cuáles son las principales **debilidades** de cada uno de sus competidores?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

### **SU Capacitación:**

30- En qué temas se siguió capacitando después de graduarse como profesional o luego de iniciar su Empresa? (cursos, seminarios, postgrados)

31- Por qué se capacitó en esos temas: Porque le gustaban, porque entendía que con ellos lograría una salida laboral / económica?

32- Luego de dicha capacitación, implementó laboral / comercialmente los conocimientos adquiridos?

33- En qué temas, **acordes a la economía y las tendencias del mercado actual** se capacitó entre el año pasado y este año?

## 2do. PASO: SU "DIAGNOSTICO" PROFESIONAL / COMERCIAL.

1- **Qué es lo que VENDE??**; qué es lo que usted / su estudio / su empresa tiene para ofrecer?  
(Describalo desde el punto de vista de lo que necesitan o requieren sus potenciales clientes, y teniendo en cuenta sólo sus ventajas respecto de su competencia)

2- Cuál cree que es su imagen desde el punto de vista de sus potenciales clientes?  
Por favor, descríbala.

3- Cuál es su posicionamiento respecto de su competencia?

4- A qué valores ofrece sus servicios o productos?;

con qué forma de pago?

5- Cómo se muestra y se promociona ante cada uno de sus mercados de trabajo?

Mercado A-

Mercado B-

Mercado C-

6- En qué radio geográfico busca (o espera) vender sus servicios o productos?;  
por qué?

7- Tendría que probar en otro?; en cuál?; por qué?

8- En qué necesita mejorar, aprender, capacitarse, practicar, entrenarse?

9- Desde el punto de vista comercial, qué trabajos NO debe hacer más, o qué productos no debería vender más?

10- Desde el mismo punto de vista, qué trabajos debería hacer o qué productos debería vender?

11- Cuánto dinero necesita generar en **beneficios** para **este año**?

12- Cuánto dinero necesita **facturar** para lograr dichos beneficios?

13- De acuerdo a su análisis, qué tipo de servicios o productos está en condiciones de ofrecer, para lograr dichos beneficios?

14- De acuerdo a sus respuestas anteriores, qué cantidad de encargos de trabajo necesita conseguir o qué cantidad de productos necesita vender **en cada uno de sus mercados**, durante este año y el próximo?

Mercado A-

Mercado B-

Mercado C-

15- Considerando que un porcentaje de éxito lógico en acciones de marketing es de un 2 a un 4% (por supuesto, si se ofrece algo distinto/ competitivo y necesario/ deseado por los potenciales clientes), **cuántos potenciales clientes** deben enterarse primero, de la existencia de su estudio, de sus servicios o de sus productos y, luego, de las ventajas competitivas de los mismos, para poder lograr la mencionada cantidad de encargos de trabajo o ventas de productos?

Mercado A-

Mercado B-

Mercado C-

16- Si tuviera que establecerse un orden de prioridades, cuál es el tipo de trabajo o de product a vender con el que tiene mayores posibilidades de lograr **ventas?**

### **3er. PASO: "TRATAMIENTO" PARA SU HACER PROFESIONAL / COMERCIAL.**

#### **PROCESOS A SEGUIR, DE ACUERDO A CADA UNOS DE SUS POSIBLES MERCADOS**

(puede repetir éste módulo según cuántos mercados esté en condiciones de abordar)

#### **SU MERCADO**

Defina **cuál es?**

SERVICIOS o PRODUCTOS OFRECIDOS:

VENTAJAS y BENEFICIOS CONCRETOS DEL SERVICIO o PRODUCTO  
(desde el punto de vista de un potencial cliente)

ÁREA GEOGRÁFICA DE PROMOCIÓN DE SERVICIOS o PRODUCTOS  
(indicar límites/alcances).

CANTIDAD ESTIMADA DE POTENCIALES CLIENTES EN ESE ÁREA,  
PARA LOS SERVICIOS o PRODUCTOS OFRECIDOS.

5- FACTURACIÓN ANUAL NECESARIA (aprox.)

\$ .....

CANTIDAD DE ENCARGOS DE TRABAJO NECESARIOS PARA LOGRAR DICHA  
FACTURACIÓN (aprox.)

7- CANTIDAD DE POTENCIALES CLIENTES NECESARIOS DE CONTACTAR.

CÓMO OBTENDRÁ LOS DATOS DE SUS POTENCIALES CLIENTES?

INVERSIÓN DE TIEMPO QUE NECESITARÍA HACER PARA LOGRAR ENCARGOS DE TRABAJO EN ESTE MERCADO?

INVERSIÓN DE DINERO NECESARIA (Aprox.)

CON QUIÉNES COMPITE o COMPETIRÁ EN LOS SERVICIOS o PRODUCTOS OFRECIDOS, EN EL ÁREA GEOGRAFICA QUE DETERMINÓ MÁS APTA PARA PROMOCIONARSE?

CUÁLES SON SUS VENTAJAS, O SU PLAN, PARA COMPETIR CON ELLOS?  
(**concretamente**, por qué lo elegirían a usted, su estudio ó empresa, y no a otro?)

QUÉ TIPO DE HERRAMIENTAS NECESITARÁ PARA LLAMAR LA ATENCION DE AQUELLOS QUE DETERMINÓ COMO POTENCIALES CLIENTES, Y POR QUÉ CREE QUE ESTAS DESPERTARÁN EL INTERÉS DE LOS MISMOS?

EN SU ESTUDIO O EMPRESA, QUIÉN SERÁ EL RESPONSABLE DE LA BÚSQUEDA DE ENCARGOS DE TRABAJO DENTRO DE ESTE MERCADO?

## SU Capacitación:

EN QUÉ ÁREAS CREE QUE DEBERÍA CAPACITARSE PARA MEJORAR SU ACTIVIDAD LABORAL / COMERCIAL?; POR QUÉ?

DE QUÉ FORMA LO DEBERIA HACER? (libros, cursos, seminarios, postgrados)

3- EN QUÉ TEMAS NECESITA CAPACITARSE EN EL CORTO PLAZO?

En lo que resta de **este año**:

En cuáles durante **el año próximo**?

## 4to. PASO: SU CRONOGRAMA DE TRABAJO.

**Recomendación:** Bocete un Cronograma Anual de acciones de Marketing, completando cada cuadro con las acciones e inversiones que deberá realizar en cada mes.

Genere así SU síntesis de Plan de Marketing, a manera de **Agenda Comercial Anual** de su Estudio / Empresa.

(estos cuadros son sólo un ejemplo; de ser posible constrúyalo usted mismo, a "Su medida", en excel, project, a mano, o como le sea más útil; luego imprímalo y péguelo en alguna pared que le quede muy visible todos los días).

**FECHAS DE CONTROL/ CUMPLIMIENTO DE TAREAS:**

**Fecha de INICIO DE TAREAS:**

- **OBJETIVO PARCIAL N°1:** DESCRIPCION.

FECHA INICIO:

FECHA TERMINACIÓN:

- **OBJETIVO PARCIAL N°2:** DESCRIPCIÓN

FECHA INICIO:

FECHA TERMINACIÓN:

- **OBJETIVO PARCIAL N°3:** DESCRIPCIÓN

FECHA INICIO:

FECHA TERMINACIÓN:

**OBJETIVOS LOGRADOS:**

FECHA:

TOLERANCIA MÁXIMA:

FECHA: