

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DE LAS ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MARKETING

Estrategias de Marketing	Estrategia	Responsable	Recursos	Decision	Accion	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25
Estrategias de Propuesta de Valor	Campañas de Marketing	Departamento de Marketing	Materiales publicitarios, datos de pruebas de laboratorio.	Destacar calidad y rendimiento	Crear campañas que enfatizen la calidad y eficiencia.				X			
					Utilizar resultados de pruebas y certificaciones en las campañas.			X				
	Servicio Posventa	Departamento de Servicio al Cliente.	Sistema de gestión de garantías, departamento de calidad, proveedores.	Ofrecer garantía extendida	Recopilar y difundir testimonios reales.	X	X	X				
					Realizar comparativas con competidores en las campañas.			X	X	X		
	Promociones y Descuentos	Departamento de Sostenibilidad	Programa Recopila.	Programas de reciclaje	Implementar un sistema para la gestión de garantías extendidas.							X
					Promocionar esta garantía en todos los puntos de venta y medios digitales.							X
	Diversificación	Jefe de Mercadeo y Category Manager	Investigación de mercado, ferias internacionales, proveedores.	Ampliar portafolio de productos	Intensificar la comunicación del programa de reciclaje.				X	X	X	X
					Incentivar la participación a través de campañas educativas.			X	X	X	X	
	Mejora Continua	Departamento de Investigación y Desarrollo.	Laboratorio técnico, presupuesto de I+D.	Invertir en I+D	Diseñar combos promocionales atractivos.		X	X	X	X	X	X
					Implementar y evaluar la efectividad de las actividades promocionales versus incremento en la venta y de recordación de la marca.			X	X	X	X	X
Estrategias de Comunicación de Valor	Comunicación Personalizada	Gerente de Ventas, Gerentes Regionales, Jefes de Venta, Supervisores Nacionales y Supervisores de Venta.	Herramienta Activity, vehículos de empresa, presupuesto para viáticos.	Reforzar la visita de la fuerza de ventas.	Desarrollar y lanzar programas como "Embajador TRONEX" y "TRONEX surte tu negocio".							X
					Monitorear la participación y ajustar beneficios según el feedback recibido.							X
Estrategias de Entrega de Valor	Expansión de Canales	Gerente de Ventas y Jefe de E-commerce	Plataformas de comercio electrónico, acuerdos con distribuidores.	Ampliar red de distribución	Identificar nuevas tendencias y necesidades.							X
					Coordinar con proveedores para obtener nuevos productos.							X
Estrategias de Intercambio de Valor	Definición del Precio	Gerente de Ventas	Estudios de mercado, sistemas de análisis de precios, sistema de costo de la compañía.	Definir precios competitivos	Realizar pruebas comparativas con productos de la competencia.	X	X	X	X	X	X	X
					Desarrollar mejoras basadas en los resultados obtenidos.							X