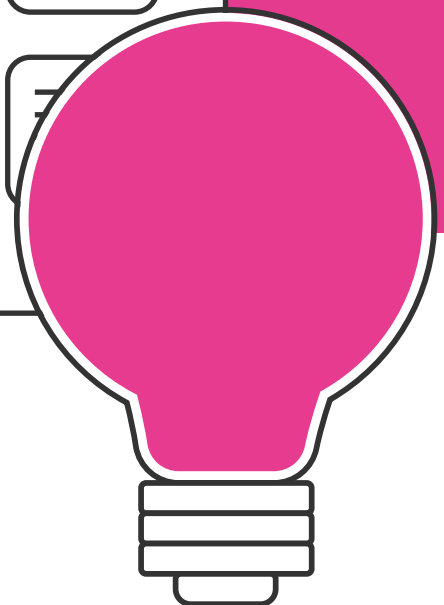
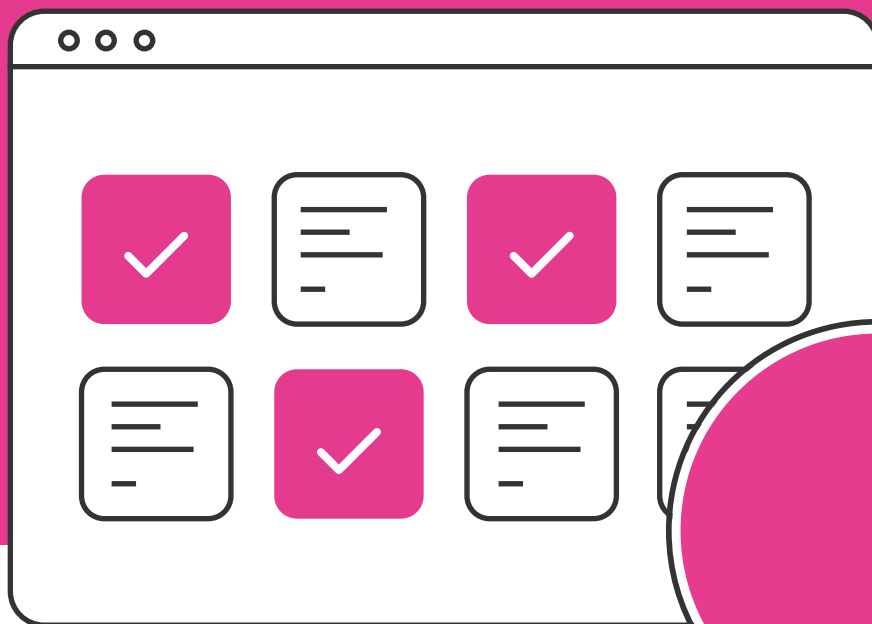


✓ *E-book*



Planificación Estratégica

Cómo crear tu plan y por qué lo necesitas para potenciar tus ventas.



**mercado
shops**

Si ya cuentas con una planificación estratégica, quieres cambiarla, mejorarla o empezar una desde cero, este ebook es para ti.

¡Seguí leyendo que vamos a contarte todo!

Es esencial planear estratégicamente cómo gestionarás tu emprendimiento o negocio, sin importar si recién estás empezando o ya llevas varios años vendiendo.

¿Por qué?

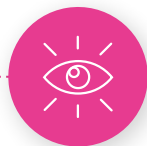
Porque la oferta en internet aumenta todos los días y para eso hay que estar preparado.

¿Cómo?

Con un **plan estratégico** que te ayude a definir la dirección de tu marca en función a tus objetivos.

02

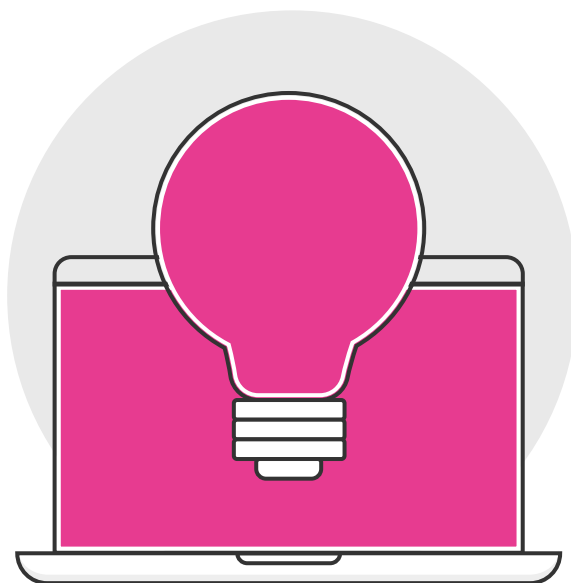
El comienzo de año es un momento ideal para definirlo **¡y avanzar con cualquier desafío que te propongas!**



El objetivo de la planificación estratégica es alcanzar un futuro o meta ideal partiendo desde el presente.

Por eso, es necesario que tengas claro cuál es tu situación actual y así, formular los objetivos estratégicos sobre los que necesitas tomar acción.





¿Qué es un plan estratégico?

03

El plan estratégico es un **documento que detalla la manera en que tu negocio se va a desarrollar a corto, mediano y largo plazo**. Se basa en proyecciones cuantitativas y cualitativas para determinar cuáles son los paradigmas que tendrás que seguir para lograr tus objetivos y aumentar la rentabilidad.

En otras palabras, es un conjunto de pautas que te **guiarán**, dentro de tu negocio, en la **toma de decisiones** y en la **distribución de recursos**.

Es importante realizar un **presupuesto maestro** que abarque todos los aspectos necesarios para llevar a cabo tu plan estratégico. A la vez, es imprescindible **fijar los tiempos para cada etapa del desarrollo**. Y para esto, te sugerimos **ser lo más específicos posibles** para obtener mejores resultados.



Ventajas de hacer una planificación estratégica

Un plan estratégico bien planteado tiene **numerosos beneficios para tu organización** ya que es la **brújula** que va a ayudarte a descubrir qué camino tomar en base al análisis del propio mercado. Además, una vez llevado a cabo, te será útil para **detectar oportunidades de negocio** y **evitar dar pasos en falso**, impulsando las fortalezas de tu marca y reduciendo sus puntos débiles.



En resumen, un plan estratégico te será útil para:

- ✓ Priorizar el **uso de recursos**.
- ✓ Reducir la **incertidumbre** y los **riesgos**.
- ✓ Lograr mayor **motivación** y **compromiso** del equipo.
- ✓ Brinda **foco** y **dirección** a la empresa.
- ✓ Controlar el **cumplimiento de los objetivos**.
- ✓ Evaluar tu **situación actual** proyectando a futuro.
- ✓ Definir **objetivos claros**, concretos y alcanzables.
- ✓ Establecer **planes de acción** más eficaces.

¿Cómo hacer el plan estratégico de mi negocio?

La planificación estratégica consta de **6 fases**:



A continuación, te contaremos detalladamente en qué consiste cada una de ellas



1

Define los propósitos de tu negocio: ¿A dónde quieres llegar?

Es clave sentar las bases de qué es tu empresa, a qué rubro pertenece, cuáles son sus principios y qué es lo que quieres lograr. Para esto tienes que definir los siguientes puntos:



Misión: es la razón de ser de una empresa, es decir, para qué ofrece determinado producto o servicio y qué intenta aportar al mercado y al cliente.



Visión: es una visualización del futuro de la empresa; por medio de ella se proyectan sus objetivos, sus ganas de crecer y su motivación para seguir avanzado. La visión tiene que ser alcanzable y objetiva.



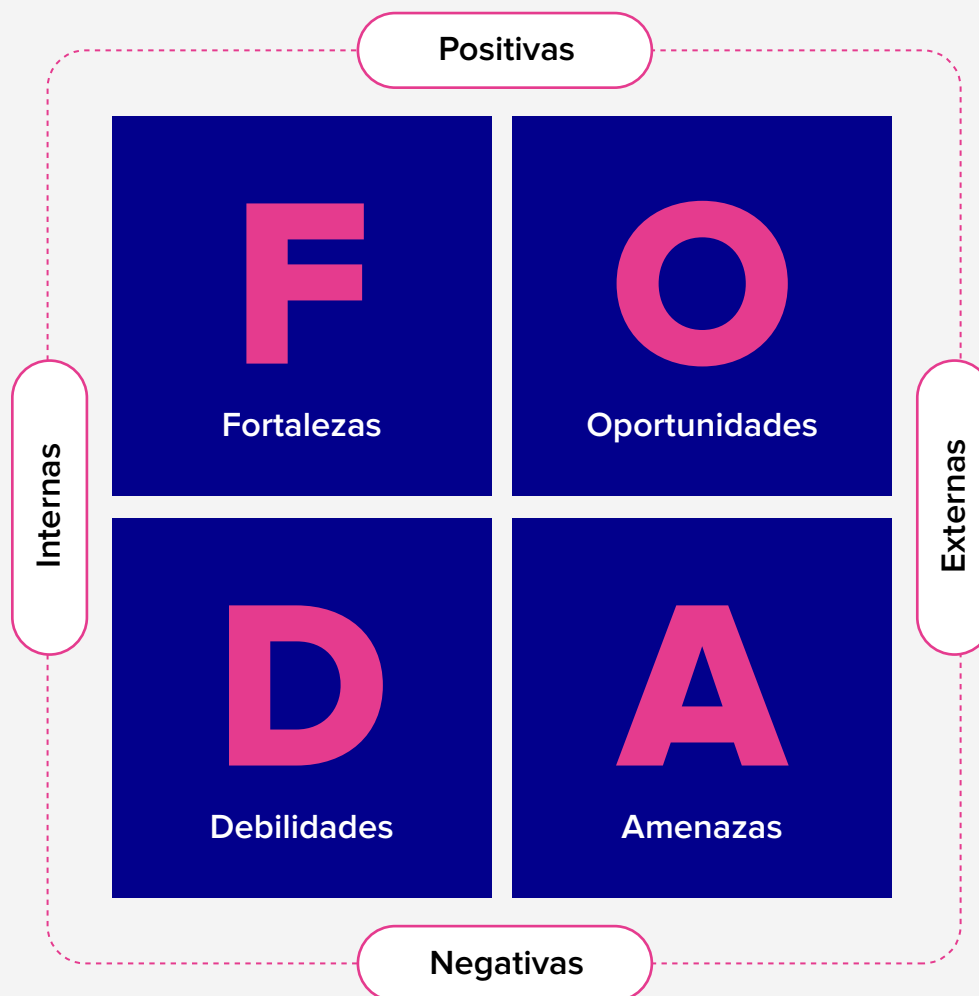
Valores: son el cúmulo de principios éticos con los cuales una empresa se rige para llevar a cabo sus actividades en todas las áreas que la componen y que prevalecen en el tiempo.

2

Haz un análisis de tu situación actual

En esta etapa corresponde hacer una averiguación profunda de tu negocio. Es clave examinar los procesos internos e investigar qué está sucediendo alrededor y ahondar en los asuntos que tengan que ver con tu marca. En este caso puedes utilizar el análisis **FODA**, que mide **fortalezas**, **oportunidades**, **debilidades** y **amenazas**.





Para los **factores internos** es necesario que prestes atención a las diferentes áreas de tu negocio, los colaboradores y las finanzas. Una vez que los hayas detectado, divídelos en:

Fortalezas:

son los aspectos positivos de tu negocio que te ayudan a destacarte entre los demás y, por lo tanto, son parte de tus ventajas competitivas; pueden ser materias primas de gran calidad, un increíble servicio, entre otras.

Debilidades:

son los procesos dentro de la empresa que tienes que mejorar, ya que pueden entorpecer el desarrollo de la misma; por ejemplo, muchos procesos administrativos, poco control de calidad, retraso en las entregas, etc.

Respecto a los **factores externos** puedes apoyarte en un estudio de mercado para investigar a los principales competidores e informarte sobre los cambios legales y políticos adecuados a tu sector.

Los puedes dividir en:

Oportunidades:

son situaciones del entorno que no están a cargo de tu negocio, pero la benefician de manera directa o indirecta; por ejemplo, nuevas coyunturas sociales.

Amenazas:

corresponden a los aspectos externos a tu negocio que pueden llegar a perjudicarlo; están muy relacionadas con los competidores, la economía, las leyes, etc.

08



Para ayudarte a analizar estos puntos, te recomendamos **visitar páginas de fuentes confiables**, como estas agencias de investigación de mercado:



Kantar



Nielsen



IPSOS

Estas mismas comparten algunos análisis de sus estudios y lo publican en notas de su blog dentro de la página web. Te serán de ayuda para tener una idea clara y real de algunas variables a tener en cuenta dentro de tu negocio

Establece tus objetivos

Una vez que tengas un diagnóstico de cómo se encuentra tu negocio interna y externamente, llegamos a la parte de **establecer los objetivos**. Pero algo muy importante a tener en cuenta es que en esta fase es clave **ser lo más específicos posibles**. ¿Quién no quiere aumentar sus ventas o mejorar la administración de los recursos?

Claro que son objetivos fundamentales, pero a la hora de plantearlos, es necesario **ser claros**.

Para eso, te presentamos la metodología SMART:

como sus siglas en inglés lo indican, el objetivo tiene que ser:

- S** Specific/específico y lo más detallado posible sin falsas interpretaciones.
- M** Measurable/medible para saber si puede ser alcanzado.
- A** Attainable/alcanzable.
- R** Relevant/relevante para alinearse con la estrategia general y con las metas.
- T** Timely/temporal con un horizonte marcado para lograr una mejor organización.

Teniendo en cuenta estas características, podríamos plantearnos, los **siguientes objetivos**:

Ejemplo 1

Aumentar las ventas un 20% con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Ejemplo 2

Aumentar el número de visitas de mi sitio web en un 50%, de 3.000 a 4.500 usuarios, en los próximos 3 meses.

Ejemplo 3

Aumentar el número de seguidores en las redes sociales en un 50%, pasando de 1.000 a 1.500 seguidores en Facebook y de 3.000 a 4.500 en Instagram, en un plazo de 2 meses.

Ejemplo 4

Aumentar la facturación de mi ecommerce en un 20% durante el año 2023, optimizando la inversión en publicidad y la calidad de los contenidos para aumentar en un 50% el tráfico orgánico.

Como verás, aplicar los objetivos SMART en proyectos y negocios te va a ayudar a avanzar con más seguridad y control sobre el proceso.



Algunos otros beneficios son:

Reducción de los riesgos innecesarios empresariales:

con estos objetivos se obtiene una mejor planificación, ya que se establece un orden en el negocio en relación con los procesos, sistemas, etc.

Optimización de la comunicación:

al contar con una visión amplia del negocio, resulta más fácil saber lo que se pretende con cada proyecto y, al mismo tiempo, se puede brindar una comunicación clara, directa y concreta.

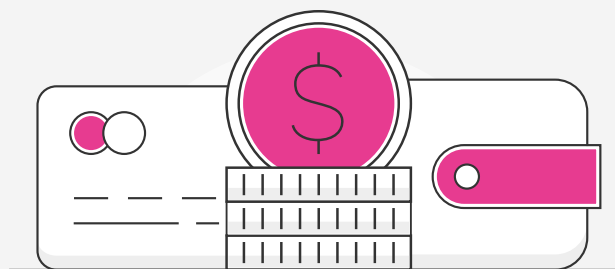
Mejora de la gestión del tiempo:

al establecer objetivos claros, es más sencillo fijar una metodología en la que se reparten las tareas en un tiempo específico.

Contribuye a establecer procesos de mejora:

la visión global que ofrecen los objetivos SMART permite ver cómo avanza el proyecto, cuáles son los progresos y si se están logrando los objetivos fijados.

4



Calcula el presupuesto

Como en cualquier actividad empresarial es necesario hacer una **estimación de los recursos** que destinarás para llevar a cabo el **plan estratégico**. En este documento es necesario registrar cada uno de los **costos** que conlleva y los posibles **ingresos** que se generarían. A partir de entonces se determina también la viabilidad del proyecto.

Para esta fase del proceso, te sugerimos tener en cuenta:

11



Gastos generales de tu negocio: esto dependerá de si alquilas un espacio o trabajas home office, pero sea como sea, tendrás **gastos fijos**, desde luz, agua etc y **gastos variables**, ya sea gastos administrativos, costos de venta, entre otros.

Es conveniente separarlos de esta manera, para tener una visión completa de qué se gasta en cada una de las áreas.



Proyectos planeados en los que se tiene contemplado realizar inversiones, no importa que sean planes pequeños o grandes.



Imprevistos o gastos de urgencia: en lo posible, es muy importante contar con un monto determinado para algún gasto no considerado que pueda surgir.



Implementa un plan de acción

Cubiertos los pasos anteriores, es momento de poner en marcha tu plan estratégico para alcanzar los objetivos propuestos. **La disciplina, motivación y perseverancia van a ser los ingredientes principales para cumplir con cada parte del plan.** Para lograr una buena organización en las diferentes áreas y saber en qué etapa del proceso estás, puedes utilizar distintas herramientas, como planillas de excel, calendarios con recordatorios, establecer fechas para cada tarea, etc.

Tips para crear tu Plan Estratégico:

a**Identifica los problemas en tu negocio:**

Trabaja con todas las áreas y si es necesario, formula encuestas o encuentros para hablar distendido.

b**Adapta tus estrategias a lo largo del año y monitorea el progreso**

Puedes planear una reunión y conversar con las distintas personas con las que trabajes. Estar abierto al feedback siempre te ayudará a aprender, mejorar y mantener el ritmo durante todo el año.

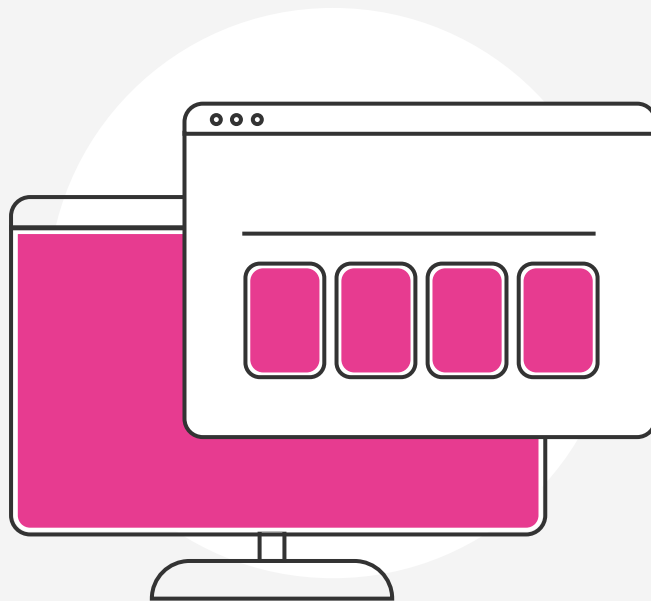
c**Crea espacios para que los equipos puedan colaborar**

Por ejemplo, para mejorar con la colaboración entre equipos en la era del trabajo remoto puedes:

Utilizar alguna plataforma en donde todos puedan ver los objetivos, comunicarse y compartir datos, como Google Workspace o la suite de Microsoft Office 365.

Alinear los grandes objetivos a los objetivos individuales del equipo para comprender cómo pueden trabajar todos juntos.

Utilizar una comunicación clara para definir objetivos.



Por último, te sugerimos **medir tu performance** a lo largo del año. ¡No olvides eso! **Tenlo en cuenta para poder mejorar o cambiar el rumbo de tu estrategia.**

Como verás, tener un plan de acción concreto y estrategias específicas es esencial para materializar tus ideas y tu deseo.

**Ahora sí, ¡manos a la obra que llegó el momento de vender online!
¡El año recién empieza!**

[Quiero abrir mi shop](#)

