

MARKETING CARE NEWSLETTER

Sua Meta para 2014 já está definida! E agora?

Por José Maria de Carvalho

Em nossa [Newsletter de Janeiro de 2014](#) abordamos dicas de como estabelecer Metas! Durante o mês, recebemos mensagens de leitores com dúvidas sobre quais seriam os próximos passos a serem seguidos após a definição de uma Meta.

Nesta Newsletter vamos abordar dicas sobre a elaboração de Plano de Negócio e Plano de Marketing que são as próximas ações a serem realizadas após a definição de uma Meta.

Plano de Negócio ou Plano de Marketing?

Uma empresa/clínica necessita fazer planejamento para garantir a sua sobrevivência e para garantir que os objetivos e metas sejam atingidos da melhor forma, considerando os recursos disponíveis.

A necessidade do planejamento pode ser consequência do estabelecimento de uma Meta de expansão ou abertura de novo negócio (Plano de Negócio) ou pode ser devido a uma Meta associada a produtos ou serviços (Plano de Marketing).

Portanto, considerando a Meta a ser atingida pode-se definir qual o tipo de Plano deverá ser elaborado.



Sua Meta já está definida! E agora?

A Marketing Care presta serviços para a área da saúde em Consultoria de Marketing e serviços de Marketing Digital, Google Marketing, websites, SEM, SEO, folders, catálogos, vídeos institucionais e para Youtube, identidade visual, *branding*, logotipos e publicidade na Internet. Entre em contato conosco!

Fone: (019) 3722-0820 e (019) 9704-8888
email: contato@marketingcare.com.br

“Se você não cuidar bem dos seus clientes os seus concorrentes o farão!”

Plano de Negócio

No caso de um novo negócio ou expansão de um negócio existente que demande um considerável volume de investimentos, é necessário a elaboração de um Plano de Negócio que contemple especificamente as condições associadas ao novo negócio ou a expansão pretendida. O Plano de Negócio serve para analisar a viabilidade do novo negócio (ou expansão) antes de se fazer os investimentos. Portanto, o Plano de Negócio poderá indicar a inviabilidade de um novo negócio (ou expansão), mostrando que os investimentos não terão o retorno desejado. Neste caso o Plano de Negócio poderá indicar formas alternativas para se atingir o retorno desejado sugerindo modificações nas premissas ou nos requisitos iniciais (ex. Metas).

Plano de Marketing

Caso a Meta seja ampliar os serviços oferecidos para os clientes atuais (agregar novos serviços na empresa), oferecer os serviços atuais para novos clientes (diferenciar os serviços existentes) requerendo um reposicionamento do negócio e ações de comunicação com o mercado, neste caso é necessário a elaboração de um Plano de Marketing. A elaboração de um Plano de Marketing formal é ideal para, em momentos competitivos ou de crise, fazer o marketing canalizar estrategicamente as vendas na direção correta. Uma vez formalizado e escrito, o Plano de Marketing obriga os gestores a detalharem suas metas, estratégias e ações de uma maneira lógica e adequada para ser seguida pelos profissionais da empresa. O Plano de Marketing deve ser formalizado em um documento com a seguinte estrutura básica:

- Análise de Situação (Ex. concorrentes, clientes, fornecedores, ameaças, oportunidades, fraquezas e potencialidades)
- Objetivos, Metas e Estratégias
- Prazos, Custos, Responsabilidades
- Orçamentos
- Demonstrativo de Resultados (Análise Financeira)
- Formas de Controles (acompanhamento)
- Processos de Atualização do Plano

A não formulação de Metas claras e a falta de um Planejamento formal são as principais causas do alto índice de mortalidade de empresas. Sem um Planejamento formal as etapas podem ficar obscuras e difíceis para serem seguidas pelos colaboradores e conseqüentemente difíceis de serem controladas criando condições ideais para o não atingimento das Metas.

Além dos planos descritos acima, existe também o **Planejamento Estratégico** que é normalmente feito para um horizonte de 5 anos sendo fundamental para o sucesso de médias/grandes empresas. O Planejamento Estratégico leva em conta as condições internas e externas à empresa (análise ambiental) e os objetivos estratégicos esperados. As ações estabelecidas no Planejamento Estratégico visam orientar de forma estratégica e implementar condições para a evolução desejada da empresa. Podemos dizer que o Planejamento Estratégico procura prever o futuro da empresa ao longo prazo, indicando de uma forma genérica o que deve ser executado e a forma de execução. O Planejamento Estratégico possui no seu escopo um Planejamento de Marketing com um foco mais abrangente voltado para aspectos mais estratégicos do negócio.

A [Marketing Care](#) presta serviço de consultoria para o desenvolvimento de Planos Estratégicos, Planos de Negócio e Planos de Marketing para clientes da área da saúde.