

Marketing estratégico: (4) Selección de las estrategias

H418: Guía para el desarrollo de estrategias

El siguiente esquema muestra las cuatro grandes etapas que componen el proceso de desarrollo de una estrategia. Como es lógico, este proceso se inicia una vez que

- Se ha realizado el Análisis de la situación,
- se han identificado las Oportunidades y
- se han establecido los Objetivos.

Sólo cuando se dispone de la información anterior es que se puede iniciar el proceso de búsqueda y desarrollo de la estrategia más adecuada y eficaz. Veamos, pues, el proceso.

	Fases	Objetivo	Actividades de apoyo	Pregunta control	Acción, si la respuesta es:	
					SÍ	NO
1	GENERACIÓN DE IDEAS	Generar y reunir la mayor cantidad posible de ideas estratégicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Sesiones creativas. - Tormentas de cerebros. - Análisis morfológicos. - Otras técnicas creativas. 	¿Hemos reunido un número suficiente de ideas?	Continuar el proceso. ↓	Conducir nuevas sesiones de generación de ideas.
2	TAMIZADO DE LAS IDEAS	Determinar si las ideas son compatibles con los objetivos y los recursos disponibles en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de las ideas. - Selección de los criterios de evaluación. - Matriz de decisiones. 	¿Es viable la idea en función de los objetivos y los recursos?	Continuar el proceso. ↓	Desechar la idea de estrategia y evaluar otra idea alternativa.
3	EVALUACIÓN DE LAS IDEAS	Determinar si las ideas son viables en términos comerciales y técnicos.	Análisis de las ideas en función de: <ul style="list-style-type: none"> - Situación financiera de la empresa. - Análisis del mercado. - Aspectos técnicos. 	¿Es viable la idea en función de los factores comerciales y técnicos?	Continuar el proceso. ↓	Desechar la idea de estrategia y evaluar otra idea alternativa.

	Fases	Objetivo	Actividades de apoyo	Pregunta control	Acción, si la respuesta es:	
					SÍ	NO
4	PLANES ESTRATÉGICOS	Elaborar: - Planes de acción. - Cronogramas. - Previsiones financieras. - Presupuestos sectoriales. - Etcétera-	Técnicas y enfoques para la planificación estratégica.	¿Está todo previsto en los planes de acción?	Implantar las estrategias.	Completar los aspectos faltantes.