Publicado en el 27/09/2016

# [La importancia de un marketing audit](http://www.notasdeprensa.es)

## Uno de los puntos más importantes para llevar una comercialización e imagen de una empresa es realizar una auditoria de marketing, basándose en un modelo de negocio dentro del mercado que se posicione la empresa, arrojando resultado que posicionen su marca, basándose en los objetivos planteados y realizados en el proceso de la auditoría

 Una estrategia de marketing audit o auditoría de mercadotecnia hace un análisis a las actividades y estrategias implementadas por una compañía y que están involucradas en su proceso de comercialización o modelo de negocio, para que a partir de estas observaciones, se puedan proponer alternativas que no sólo tomen en cuenta el entorno de mercado en el que se desempeña la marca, también es necesario que se planteen nuevas estrategias de mercadotecnia a partir de una organización, ajuste en las herramientas que se utilizan y cambios en las tareas de los pasos utilizados y los objetivos planteados. En ¿Qué es una auditoría de marketing? ya se enlistaban los pasos a seguir como: -Análisis de la situación inicial -Análisis de cada área de actuación -Obtención de datos para cada área -Reuniones con cada equipo de cada área -Análisis de la información -Búsqueda de cómo aplicar nuevas tecnologías en los procesos -Redacción del informe final A nivel internacional los canales más efectivos para la implementación de estrategias de mercadotecnia fueron las búsquedas a través de Internet, los eventos como ferias y demostraciones comerciales; la interacción y engagement a través de redes sociales y la segmentación mediante el uso de analítica, según el CMO Council. Las propuestas que parten de una auditoria deben de buscar la eficiencia de los presupuestos asignados a estas áreas o de lo contrario, hacer que determinados objetivos se cumplan con la limitada inversión que se tiene. Por ejemplo, entre los objetivos que se persiguen en estrategias de marketing de eventos están el incremento en el reconocimiento de marca (brand awareness), seguido de la búsqueda en el incremento de ventas y como tercer objetivo está el incremento en el conocimiento del producto, esto de acuerdo a cifras de Event Marketing Institute y Mosaic. Ambas firmas también colocaron entre los objetivos de esta estrategia de mercadotecnia el lanzamiento de productos (55 por ciento) y crear una base de datos de consumidores prospectos (41 por ciento). Respecto a la mercadotecnia digital, entre los beneficios de usar redes sociales está el incremento de la exposición de una marca, el aumento de tráfico al sitio web y el desarrollo de consumidores fans de la marca, según un reporte de Social Media Examiner publicado en mayo de este año. The post ¿Qué es una estrategia de marketing audit? appeared first on Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-importancia-de-un-marketing-audit](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)