



Catálogo - Happy Days Marbella

<https://happydaysmarbella.blog/tienda/>

Auditoría de Marketing

<https://happydaysmarbella.blog/producto/auditoria-de-marketing>

En nuestra “**Auditoría de Marketing de un restaurante**” analizamos de forma sistematizada la función de marketing de tu establecimiento hasta obtener una información resumida y ordenada que nos permitirá tomar decisiones para planificar las acciones a realizar, los objetivos a alcanzar y las estrategias a seguir para mejorar los resultados comerciales y la posición competitiva de la empresa.

¿Es atractivo nuestro restaurante?

¿Cómo podemos captar la atención de más clientes?

¿Cuál es el ticket medio en nuestro restaurante?

¿Cómo podemos aumentar nuestro ticket medio?



Plan de Marketing para Restaurantes - Definición

<https://happydaysmarbella.blog/producto/plan-de-marketing-para-restaurantes-definicion>

En nuestro Taller “**Plan de Marketing para Restaurantes - Definición**” aprenderemos los pasos para definir una estrategia de marketing coherente y sostenible a largo plazo.

Una buena estrategia de marketing debe tener, además de coherencia, unas acciones coordinadas, una serie de políticas que la guíen y unos recursos específicos, todo ello orientado hacia un propósito a largo plazo.

¿Cuáles son nuestras fortalezas y cuáles las de nuestros competidores?

¿Cuáles son nuestras debilidades y cuáles las de nuestros competidores?

¿Cuáles son las oportunidades más prometedoras en virtud de esas fortalezas y debilidades?



Plan de Marketing para Restaurantes - Estrategia

<https://happydaysmarbella.blog/producto/plan-de-marketing-para-restaurantes-definicion-de-estrategias>

Una vez finalizada la fase de análisis, se inicia la definición de cuáles de estas estrategias son las más adecuadas, se revisa y se toman **decisiones respecto a los "targets"** y el **posicionamiento**, se fijan los **objetivos** y se diseñan las **políticas del mix para sustentar las estrategias** y por tanto conseguir los resultados.



Plan de Marketing para Restaurantes | Tácticas

<https://happydaysmarbella.blog/producto/plan-de-marketing-para-restaurantes-ejecucion-y-desarrollo>

La fase operativa del plan de marketing es aquella en la que se especifican detalles concretos de cada acción referentes a forma y tiempo (plan de acciones), se calcula el presupuesto de cada acción y el origen de los recursos necesarios.

Finalmente se proyectan los objetivos y las variaciones de costes derivados de las acciones sobre la cuenta de resultados a fin de establecer el alcance en la rentabilidad del restaurante de las acciones de marketing.

- Definimos los planes de acción, tiempo y forma de los mismos.
- Definimos los presupuestos para cada acción y el origen de los recursos.
- Analizamos resultados, es decir, efectividad y resultados de las acciones emprendidas.
- Medir, medir, medir.