



Raúl Galindo. Estrategia y punto: Hablemos de Estrategia y Marketing

Un Sitio en el Mundo comparte contigo los temas de consultoría, emprendimiento y Marketing que mueven, actualmente nuestro mercado. Personas valiosas, profesionales en la materia y capos en sus rubros. Hoy estamos con [Raúl Galindo](#). Fundador y Gerente General de [Strategy Point](#). Ha sido, además, Director Comercial en Corporación Lindley, Co Autor de “El Ejecutivo Espartano” junto con [Anuor Aguilar](#) (ver post de Anuor en [Hablemos de TradeMarketing](#)). Raúl es, también, Consultor Independiente con una amplia experiencia en el ámbito empresarial de Ventas y de Marketing. En este post compartirá con nosotros algunos consejos de emprendimiento y dará detalles sobre su trayectoria profesional.



Preparando la entrevista a Raúl Galindo. Alexandra Montoya Vega. Un Sitio en el Mundo



Raúl Galindo – Hablemos de Estrategia y Marketing. Alexandra Montoya Vega. Un Sitio en el Mundo

Antes de comenzar con la entrevista, nos parece relevante comentarte un poco sobre el tema de la Estrategia y el Marketing. Es claro el hecho de que la moda no ha cambiado ni cambiará 2 puntos base en esta presentación de la **Mercadotecnia**. Por un lado se encuentra el **Marketing Estratégico** y, por otro, el **Marketing Operativo**.

Entiéndase Marketing igual que Mercadotecnia (ambos en idiomas diferentes pero con el mismo valor y significado). Pues bien, el Marketing Estratégico define y pone en ejecución el plan de comunicación y comercialización de la empresa con la finalidad de aprovechar las oportunidades del mercado. Asimismo, fija el plan cuyos objetivos deberán seguir las tácticas de Marketing y es aquí donde nace el Marketing Operativo. Ambas partes se ponen de manifiesto y se fusionan para lograr un mayor resultado con la menor inversión y esfuerzo. Es aquí donde intervienen las demás partes de la organización, cada una con sus bases propias para poder llevar a cabo el plan de Marketing Integral. Previo a ello, se revisa, analiza y se lleva a cabo los pasos para ir definiendo el posicionamiento de la empresa que tendrá según el público objetivo quien será el receptor de cada una de las acciones de comunicación y venta.



Raúl Galindo: "Si NO SIRVES, no sirves"



Raúl Galindo - Fundador y Gerente General de Strategy Point - Entrevistado por Alexandra Montoya Vega. Un Sitio en el Mundo

Para desarrollar una buena estrategia de Mercadotecnia deben tener en cuenta las siguientes actividades:

- Conocer los problemas y deseos (actuales y futuros) de tu mercado objetivo
- Identificar diferentes grupos de posibles consumidores (segmento o mercado objetivo)
- Valorar el potencial e interés de tu mercado (volumen, poder adquisitivo, competencia, etc.)
- Definir el "Avatar" o "Shopper"
- Teniendo en cuenta las ventajas competitivas de la empresa, orientarla hacia oportunidades de mercado, desarrollando un Plan de Marketing periódico con los objetivos de posicionamiento buscados.

De este modo, el **Marketing Operativo** es, en resumen, la puesta en práctica del **Marketing Estratégico** y del plan periódico a través de las variables del Marketing Mix: producto, precio, promoción y punto de venta o distribución. Aquí se conecta cada estrategia al modelo de negocio, reconociendo factores de su estructura como el mercado, la distribución y la marca.

Con lo anteriormente expuesto, te invitamos a disfrutar de esta entrevista con nuestro colega y amigo **Raúl Galindo**. Comparte junto con nosotros esta grata experiencia.

Antes de concluir con este post, esperamos haya sido de tu agrado la entrevista de la semana. Queremos, además, darle nuestro agradecimiento especial a Raúl Galindo, por compartir con nosotros sus conocimientos, su historia y sus consejos.



Alexandra Montoya Vega en entrevista a Raúl Galindo. Un Sitio en el Mundo