
 LOTERÍA DE MANIZALES <small>PARA GANARLA HAY QUE COMPRARLA</small>	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	Código: MER-PD-01
	PROCEDIMIENTO	Versión: 02
	PLAN DE MERCADEO	Fecha de Vigencia: 12/02/2024

RESPONSABLE:	Director Técnico
TIPO DE PROCESO:	Misional
OBJETIVO:	Establecer las necesidades del mercado para asegurar el logro de los objetivos comerciales incrementando las ventas y fortaleciendo la recordación de marca.
ALCANCE	El plan de mercadeo inicia desde la revisión y actualización del plan de premios y termina con el seguimiento al logro de las metas comerciales planteadas para la institución.

No.	Actividad	Descripción	Responsable	Documento Asociado
1	Revisar o actualizar plan de premios	El plan de mercadeo inicia con la formulación de plan de premios de la Lotería de Manizales; cuando se vaya a realizar un cambio en este, se hace el análisis de la información del sector según instructivo de modificación de plan de premios.	Director Técnico	Instructivo modificación plan de premios. Estudio de mercado técnico y financiero.
2	Elaborar y aprobar Plan de acción área comercial	Anualmente se realiza la presentación de la propuesta de plan de acción del área comercial, ante la Gerencia, con el fin de que sea revisada y aprobada.	Director Técnico	Plan de acción área comercial
3	Presentación Plan de acción a ente de control	Se realiza el envío del documento aprobado por la Gerencia, para el ente de control interno y externo (Alcaldía Municipal).	Director Técnico	Plan de acción área comercial
4	Puesta en marcha de plan de acción área comercial	Se realiza la puesta en marcha de la Estrategia comercial, según cronograma de actividades aprobado	Director Técnico	Informe de Verificación de ejecución del plan de acción área comercial
5	Seguimiento al plan de acción	Trimestralmente se realiza evaluación periódica a los resultados obtenidos en la ejecución del plan de acción del área comercial a través de la medición de indicadores definidos de eficacia y eficiencia del proceso y dejando el registro del análisis y las acciones de mejora correspondientes.	Director Técnico	Medición y seguimiento a indicadores Plan de acción área comercial
6	Evaluar los resultados	Al finalizar el año, se realiza el informe de cierre de ejecución del plan de acción del área comercial.	Director Técnico	Informe de Cierre de Ejecución

Documentos relacionados: Instructivo modificación plan de premios MER-IN-02, matriz de indicadores: indicadores de eficiencia y eficacia del proceso de mercadeo.

CONTROL DE CAMBIOS (Referencia)
Se modifica, la versión del documento con el fin de modificar las siguientes actividades:

 LOTERÍA DE MANIZALES <small>PARA GANARLA HAY QUE COMPRARLA</small>	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	Código: MER-PD-01
	PROCEDIMIENTO	Versión: 02
	PLAN DE MERCADEO	Fecha de Vigencia: 12/02/2024

- Se eliminan las actividades: Recopilar información, realizar contacto con grupos de interés, construir matriz Dofa, Elaborar propuestas y consolidación del informe de estudio de mercado, ya que estas corresponden al instructivo MER-IN-01 modificación plan de premios, por tanto, se relaciona como documento de referencia.
- Se modifica el nombre de la actividad “estrategia de mercadeo y plan de medios” por “Plan de acción comercial”, con el fin de alinearlo a la planeación estratégica de la empresa.
- Se elimina actividad “autorización de resultados para terceros por ser obsoleta en el proceso.
- Se adiciona actividad “seguimiento”, con el fin de documentar la medición y análisis a los indicadores del proceso.
- Se describe el alcance del proceso.
- Se incluye seguimiento trimestral a través de indicadores