

Auditoría en marketing brindan recomendaciones sobre auditoría en mercadeo y gestión comercial

Realizar una auditoría en marketing y gestión comercial es crucial para una empresa ya que permite identificar fortalezas y debilidades en su estrategia, mejorar el retorno de inversión, descubrir nuevas oportunidades y garantizar que el marketing esté alineado con los objetivos corporativos.

La realización de una auditoría del [marketing](#) y la gestión comercial en una empresa puede ser justificada por una serie de señales o alertas, como la disminución en las ventas, la pérdida de participación de mercado, la disminución en la rentabilidad, la falta de coherencia en las estrategias de marketing, la falta de comprensión del comportamiento del consumidor y la falta de innovación en productos y servicios.

Para poder atender las necesidades de dichas auditorías, desde hace más de dos décadas, el equipo de trabajo de [Auditoría](#) en Marketing, ofrece soluciones en consultoría que ayudan a las empresas a identificar los puntos a mejorar en mercadeo, marketing digital y ventas.

Realizar una auditoría en mercadeo y gestión comercial requiere un apoyo profesional y experimentado. "Es necesario comenzar por establecer los objetivos y alcance de la auditoría, identificar los principales indicadores de desempeño y recopilar datos sobre las actividades de mercadeo y marketing digital. Luego, se debe evaluar la efectividad de dichas estrategias y tácticas. Analizar los resultados obtenidos en comparación con los objetivos determinados y revisar el presupuesto más los recursos asignados para estas actividades", indicó Fernando Basto Director General y experto en mercadeo de Auditoría en Marketing.

Otra de las áreas de vital importancia para analizar a nivel corporativo, es el servicio al cliente. "Identificar oportunidades de mejora y optimización en el proceso del servicio al cliente puede resultar en una mayor satisfacción al mismo, sumado a una mejor tasa de retención. Además, una auditoría de servicio al cliente y ventas también puede ayudar a identificar problemas en la gestión de las relaciones con los mismos y a mejorar la imagen de la empresa en el mercado", manifestó Andrés [Daza](#) Socio Consultor.