

Plan de marketing: Guión/plantilla

1. Situación y contexto

a. *Presentación*

- i. ¿Cuál es la empresa?
- ii. ¿Cuál es su historia?
- iii. ¿En qué ámbito opera, local, provincial, nacional, internacional?

b. *Misión*

- i. ¿Qué aporta al mercado a nivel de experiencia de usuario?

c. *Visión*

- i. ¿Por qué queremos entrar en ese sector?

d. *Competencia*

- i. ¿Quiénes son?
- ii. Competencia directa (cubren las mismas necesidades con su producto o servicio que nosotros)
 1. ¿Qué presencia tienen en Medios Sociales?
 2. ¿Qué estrategia o acciones siguen?
- iii. Competencia indirecta (cubren una gran parte de las necesidad con su producto o servicio, pero existen diferencias considerables)
 1. ¿Qué presencia tienen en Medios Sociales?
 2. ¿Qué estrategia o acciones siguen?
- iv. ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva respecto a los demás?

e. *Marketing Mix*

- i. Producto
- ii. Precio
- iii. Distribución
- iv. Promoción

2. DAFO

- a. *Fortalezas*
- b. *Debilidades*
- c. *Amenazas*
- d. *Oportunidades*
- e. *Análisis y conclusiones*

3. Clientes potenciales y audiencia

a. *Segmentación: ¿Quiénes son mis clientes potenciales?*

b. *Radiografía del perfil:*

- i. Edad
- ii. Sexo
- iii. Poder adquisitivo
- iv. Estudios
- v. Casado/soltero
- vi. Tiene hijos
- vii. Localización: núcleos de población grandes, medianos o pequeños
- viii. Valores
- ix. Hábitos de consumo
- x. Conclusiones

4. Objetivos

a. De negocio

- i. Estimación de aumento de venta a:
 1. Corto plazo
 2. Medio plazo
 3. Largo plazo

b. De reputación y marca

- i. Posicionamiento de la marca y branding
 1. ¿Cómo quiero que mi marca sea percibida?
 2. ¿dónde quiero que mi marca esté en seis meses? ¿y en un año? ¿y en diez?

c. Sociales

- i. Situación actual (presencia) en el canal (internet)
 1. Web: ¿existe? ¿Cómo está posicionado en Alexa y PR?
 2. Blog: ¿existe? ¿Cómo está posicionado en Alexa y PR?
 3. Medios y Redes Sociales: ¿hay creados perfiles?
 - a. Qué medios se usan
 - b.Cuál es la situación de cada uno de los medios
 - c. Qué estrategia de publicación y campañas siguen

5. Estrategia de medios

Intro: según lo anteriormente analizado, blablablabaaaa por/para lo cual se emplearán los siguientes medios:

a. Web

- i. Según lo que ya sabemos de cómo está posicionada, descripción de las mejores y optimización que sean necesarias para nuestra estrategia de medios.
- ii. Arquitectura web
- iii. Diseño
- iv. Copys

b. Facebook

- i. ¿Existe una Fan page? Creación/revisión
- ii. Diseño
- iii. ¿Cuál es mi cuenta URL, usuario, etc
- iv. Qué info voy a poner en la descripción
- v. Por qué Facebook
- vi. Para qué Facebook
- vii.Cuál es nuestro target en Facebook
- viii. Cómo vamos a actuar en Facebook
 1. Contenidos
 2. Acciones
- ix. Campañas/Acciones a corto plazo
- x. Campañas/Acciones de lanzamiento
- xi. Facebook Ads
- xii. Integración Online/Offline
(Toso estos puntos deben desarrollarse para todos los medios que se vayan a emplear)

c. Twitter

d. LinkedIn

- e. *Pinterest*
- f. *Youtube*
- g. *Etc*
- h. *Geolocalización:*
 - i. Google Local
 - ii. Facebook Local
 - iii. Yelp y otros portales de interés del sector
 - iv. Foursquare
 - 1. (describir como los otros medios)
- i. *Blog*
 - i. Según lo que ya sabemos de cómo está posicionado, descripción de las mejores y optimización que sean necesarias para nuestra estrategia de medios.
 - ii. *Arquitectura Blog*
 - 1. Categorías
 - 2. Keywords
 - 3. Título
 - iii. *Diseño*
 - iv. *Copys*
 - v. *Creación/Revisión*
 - vi. *Por qué un blog*
 - vii. *Para qué*
 - viii. *Cuál es nuestro target*
 - ix. *Campañas/Acciones a corto plazo*
 - x. *Campañas/Acciones de lanzamiento*
 - xi. *Estrategia de contenidos*
 - 1. Tipos de contenidos
 - 2. Autoría
 - 3. Periodicidad
- j. *Bookmarks*
 - i. ¿Por qué?
 - ii. ¿Para qué?
 - iii. ¿Cómo?
 - iv. ¿A quién nos dirigimos?
 - v. ¿Qué tipo de contenidos?
- k. *Plataformas de contenido como Prezi, Slideshare, etc*
 - i. ¿Por qué?
 - ii. ¿Para qué?
 - iii. ¿Cómo?
 - iv. ¿A quién nos dirigimos?
 - v. ¿Qué tipo de contenidos?
- l. *Marketing Móvil (si procede)*
- m. *SEO y SEM*
 - i. Descripción de la optimización SEO que se hará en web/blog
 - ii. Campañas SEM a corto y medio plazo.

6. Cronograma

7. Monitorización

- a. Qué *herramientas* vamos a utilizar para cada uno de los medios (este punto podemos incluirlo junto al medio dentro del apartado

anterior, es decir, cuando hablo de Twitter o de Facebook, el último epígrafe sería saber con qué herramientas voy a monitorizar).

8. Métricas

- a. *KPIs*
- b. Creación de un *informe* de métricas que recoja a modo de panel de control, todos los datos extraídos de cada medio. Debe contener al menos:
 - i. Fecha y periodicidad
 1. Semanal
 2. Quincenal
 3. Mensual
 4. Medio
 5. Datos (fans, me gusta, followers, comentarios, etc)
 6. Gráficos con la visual

9. Análisis

- a. *Conclusiones extraídas de los datos anteriores*
- b. *Análisis de la estrategia:*
 - i. ¿funciona?
 - ii. ¿cómo mejorarla?
 - iii. ¿qué contenidos y medios funcionan mejor?
 - iv. ROI
$$\text{ROI} = \frac{[(\text{ingresos} - \text{costes}) / \text{costes}] \times 100\%}{}$$

10. Presupuesto