

# PLAN DE MARKETING

1

[PLANTILLA MODELO CANVA](#)

## DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

Situación actual de empresa:  
DEBILIDADES:  
AMENAZAS:  
FORTALEZAS:  
OPORTUNIDADES:

2

## ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL

Entorno macro

- Mirar las tendencias y cambios: en relación a la región, país y en el mundo
- Demográfico
- Económico
- Ambiental
- Tecnológico
- Político-legal
- Socio-cultural

3

## ANÁLISIS COMPETITIVO

- Busca información para tus estrategias
- Anticipar las tendencias del mercado y los movimientos de la competencia.
- Identifica tu posición y participación del mercado.
- Identifica las oportunidades de posicionamiento y ventajas competitivas.

Herramientas: [GOOGLE ALERT](#), [SEMRUSH](#), [SIMILAR WEB](#)

4

## DEFINE TU AUDIENCIA Y BUYER PERSONA

- PÚBLICO OBJETIVO:
- DIVIDE EL MERCADO EN SEGMENTOS:
- PROPUESTA DE VALOR DE LA MARCA PARA CADA SEGMENTO:
- DEFINE TU BUYER PERSONA:

[PLANTILLA PARA CREAR TU BUYER PERSONA](#)

[PLANTILLA JOURNEY MAP Y SEGMENTACIÓN](#)

5

## DEFINE EL POSICIONAMIENTO

- Se refiere a los atributos de la empresa o producto: precio, tamaño o diseño.
- Valores y significados atribuidos a la marca
- Imagen única, diferenciada y relevante.
- Debe reflejarse en el contenido, publicidad y en todos los puntos de contactos con los consumidores.

6

## ESTABLECE METAS/OBJETIVOS

- Objetivos SMART
- Ejemplo: Generar 1000 pedidos en ecommerce en 1 año.

7

## DEFINES LAS KPIS

Son métricas relacionadas con los objetivos para saber si conseguiste los objetivos

[KPI](#)

8

## DEFINE LAS ESTRATEGIAS

Ejemplo: Generar 2000 leads en un año, la estrategia sería Inbound Mk, mk de contenidos y SEO.

- DEFINIR ESTRATEGIAS MIX DE MK: PRECIO, PRODUCTO, LUGAR Y PROMOCIÓN.

- MARKETING DE CONTENIDOS
- INBOUND MARKETING
- SEO
- REDES SOCIALES
- MARKETING DE INFLUENCIA
- BRAND MARKETING
- MARKETING DE PRODUCTO
- MARKETING DE RELACIÓN
- MARKETING ESPERIECIAL, .....

9

## RECURSOS Y PRESUPUESTO

- Adquisición de herramientas
- Contratación de empleados
- Formación a los empleados
- Campañas Ads
- Contratación de servicios
- Gastos de internet, teléfono, energías, ...

10

## HORARIO Y RESPONSABLES

- Cronograma
- Responsables:
- Fechas y cuando verificar:
- Personal, responsabilidades y tareas:
- Planes tácticos y operativos para cada estrategia:

[ADMINISTRAR PROYECTOS](#)