

Guía Práctica

Preguntas clave antes de lanzar tu estrategia de marketing.



Este checklist te permitirá de forma ordenada pensar, crear y llevar a la práctica tu propio plan de marketing.

Ser ordenados en el lanzamiento del mismo, es la clave del éxito, ya que requiere optimizar al máximo cada parte de nuestro embudo de ventas.

A través de las siguientes preguntas, pondremos foco en el antes, durante y después de una estrategia de marketing online para permitirte llevar tu negocio al siguiente nivel.

**ANTES DE EMPEZAR
LA ESTRATEGIA**

¿Cuál es el presupuesto del cual dispones para realizar la estrategia?

Presupuesto en publicidad mensual: _____ / mes.

Presupuesto para herramientas online: _____ / mes.

Presupuesto para equipo de ejecución: _____ / mes.

¿Quién es tu público?

¿Quién es tu competencia? Enumera entre 3 y 5 empresas.

Empresa 1: _____.

Empresa 2: _____.

Empresa 3: _____.

Empresa 4: _____.

Empresa 5: _____.

¿Cuál es tu principal diferencial frente a tu competencia?

Define las tres métricas que medirán el éxito o fracaso de tu plan:

Métrica 1: _____.

Métrica 2: _____.

Métrica 3: _____.

¿Posees un equipo capaz de ejecutar la estrategia?

- Si, mi equipo puede hacerlo.
- No, mi equipo no puede hacerlo.

Si la respuesta es “No, mi equipo no puede hacerlo”. ¿Ya sabes a quién deberías contratar para resolver la ejecución?

**CUANDO CREAS
LA ESTRATEGIA**

¿Cuáles son los puntos que crees que generarán mayor conversión?

¿Cuál crees que es el proceso de decisión de compra del cliente? Desde que detecta la necesidad hasta el momento en que decide comprar.

¿La página o espacio de conversión de tu estrategia está optimizado?

- Si, está optimizado con foco en la conversión.
- No, requiere mejorar aspectos de conversión.

Si la respuesta es “No, requiere mejorar aspectos de conversión”. ¿Ya sabes cuáles son, cómo se van a optimizar y quién va a hacerlo?

¿Tu estrategia será por un solo canal o múltiples canales?

- Será por un solo canal.
- Será por múltiples canales.

Si la respuesta es “Será por múltiples canales”. ¿Ya adaptaste los creativos, textos y mensajes para cada uno de ellos?

¿Ya adaptaste todas las imágenes y videos a los diferentes canales?

Sí.

Aún no.

¿La redacción de tu estrategia es concisa y clara? ¿Cuáles serían los puntos que más deberías destacar para lograr conversiones?

¿Analizaste cómo deberías distribuir tu presupuesto entre los canales?

Sí.

Aún no.

En caso de que ya hayas decidido cómo distribuir tu presupuesto entre los canales ¿cómo sería dicha distribución?

¿Tenes manera de monitorizar diariamente tu estrategia?

Sí.

Aún no.

Recuerda que planificaste una serie de métricas que deben ser medidas todos los días. ¿Cómo lograrás este monitoreo?



Ecosistema Digital Emprendedor ®