Versión 0.0

Fecha



Plan de marketing táctico

Subtítulo del documento

Presentador: Tu nombre

nombre de la compañía

Dirección de la compañía

# Plan de marketing táctico

Usar el plan de marketing táctico para identificar los elementos de acción y expectativas que rodean a la comercialización de tu producto o servicio. Usar esta plantilla para iniciar el proceso de lluvia de ideas y crear tu plan de marketing.

## Resumen del plan

| Práctica: | Nombre |
| --- | --- |
| Nombre de la campaña: | Nombre de la campaña |
| Jefe de la campaña: | Nombre del gerente |
| Experto en la materia: | Nombre del experto |

## Objetivo

Describe tu objetivo.

## Mercado de destino

En esta sección, deberás definir tus clientes actuales y los clientes potenciales a los que deseas dirigirte.

### Datos demográficos del producto

Describe los datos demográficos de tu producto:

### Datos demográficos del contacto de destino

Describe los datos demográficos de tu contacto de destino:

## Resumen del mensaje

Resumir tu mensaje.

## Llamada a la acción

Utilizar esta sección para pensar palabras o frases que invitan a tu cliente realizar una acción.

### ¿Cuál es el resultado deseado?

Describe el resultado deseado.

### ¿Cuál es la oferta de creación de demanda?

Definir tu oferta de creación de demanda.

## Proceso

### Desarrollo de lista

Describe tu desarrollo de lista.

### Mecanismo de captación de clientes potenciales

Describe tu mecanismo de captación de clientes potenciales.

### Seguimiento antes del evento

Definir el seguimiento antes del evento:

### Seguimiento después del evento

Definir el seguimiento después del evento:

## Criterios y proceso de calificación de oportunidad

Definir los criterios y el proceso de calificación de oportunidad:

## Plan del proyecto

### Recursos necesarios del evento

| Recurso | Función | Estimación de horas de trabajo |
| --- | --- | --- |
| Recurso 1 | Función | Hora |
| Recurso 2 | Función | Hora |
| Recurso 3 | Función | Hora |

### Presupuesto

Elaborar una lista de elementos adecuados que usarás para crear los elementos de línea del presupuesto (por ejemplo, alquiler de la cabina, servicios, viaje). Usar la plantilla de Plan de presupuesto de marketing para crear el presupuesto final.

* Enumerar todos los elementos pertinentes:

Definir todos los elementos pertinentes:

### Métricas y expectativas

* Lista de todas las métricas y expectativas.

Definir todas las métricas y expectativas.

### Aprobación

| Título | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| --- | --- | --- | --- |
| DIRECTOR EJECUTIVO | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| Gerente de la campaña | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| Jefe de producto | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| Jefe de proyecto | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| Título 5 | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |
| Título 5 | Nombre | Fecha 1 | Fecha 2 |

# Aprobación de la campaña

El abajo firmante acepta esta campaña de marketing, según se describe en este documento.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |
| Imprimir el nombre y apellido | Título | Firma | Fecha. |

Nota: Si el documento cambia significativamente por solicitud del cliente, puede ser necesario realizar firmas adicionales.