

Como Hacer Crear un Plan de Marketing Digital PDF

Esta es nuestra finalidad con este post. Darte toda la información que necesitas y además ayudarte a crearlo. Gracias a toda nuestra experiencia y saber hacer en el mundo del [marketing](#).

Todas las empresas nacieron con una razón de ser, por lo tanto, todas deberían tener un plan específico para establecerse y crecer de la manera más rápida posible.

Cualquier [empresa por muy pequeña o grande que sea](#) necesita saber a dónde quiere llegar y cuál es el rumbo que tomará para ir hasta ahí, pero en muchas ocasiones (generalmente en las Pymes) no se cuenta con metas ni objetivos.

Con los cuales puedan tomar un rumbo definido y trabajar para lograr alcanzar dichas metas en conjunto. Aquí podrás aprender los pasos para realizar un plan de [marketing digital](#) que ayude a tu empresa a establecer y alcanzar sus objetivos. ¿Estás listo?

Análisis de la Situación Actual

Primero deberás analizar qué es lo que tu equipo y tú han realizado anteriormente, para esto puedes hacer un análisis causal, esto te ayudará a explicar y entender las razones de los buenos o malos resultados que tu empresa ha obtenido hasta el momento.

Un [análisis DAFO](#) te puede ayudar a conocer las fortalezas y oportunidades de mejora para tu empresa, así como las debilidades y amenazas. Estas últimas te servirán para potenciar a las dos primeras si se logran matizar.

Determinación de los Objetivos

La mayoría de las empresas siempre quieren vender más, aumentar el grado de conocimiento de su marca o incluso tener una mejor penetración de mercado. En este punto estableceremos objetivos SMART con los 5 puntos clave para que tus [proyectos](#) tengan mejores rendimientos.

Específico

Es importante saber que queremos lograr, y por eso deberás fijar algunos objetivos que te ayuden a marcar un rumbo fijo.

En este apartado es muy importante que seas lo más específico posible al hacerlo, ya que de otro modo al establecer objetivos que no son concretos para tu empresa o proyecto ni tú, ni tu equipo podrá definir las estrategias adecuadas para llegar a cumplirlos.

Una vez que hayas establecido tus objetivos el proceso siguiente será bastante sencillo. Un ejemplo de un objetivo incorrecto sería [“aumentar las ventas”](#) en este caso es un objetivo muy amplio, sin embargo, si lo acotamos y cambiamos por “aumentar las ventas en un 30% de (un producto específico)” en una sucursal, podremos establecer estrategias para que esto suceda.

Piensa en algunos objetivos específicos y anótalos para continuar con el siguiente paso.

Medible

¡Muy bien, ya tenemos los objetivos! Pero espera un poco... ¿Los objetivos en los que pensaste se pueden medir?

Si quieres que tus objetivos se logren necesitas saber si están teniendo buenos resultados, esto te ayudará a modificar la estrategia, incluso en el proceso de implementación.

Si tomamos el ejemplo que utilizamos anteriormente, aumentar las ventas de un producto en un 30% para una sucursal específica, deberemos establecer un criterio de medición.

Crear un Plan de Marketing Digital.

Una forma de [medir](#) si el objetivo anterior se está logrando es utilizar un software en el que tengas un registro de las ventas de tus productos, así sabrás mediante este, si el producto se está desplazando como tú lo propusiste, o en su defecto, si tienes hacer algún ajuste.

Si ya estableciste algunos objetivos específicos es momento de que pienses en los criterios de medición, en caso de que estos no se puedan medir fácilmente, tomate un tiempo para idear una forma de hacerlo. Cuando tengas dichos criterios estarás listo para continuar.

Realizable

Podemos pensar que es bastante obvio que los objetivos que establecimos deben ser realizables. Pero créenos, muchas empresas fijan objetivos que no pueden alcanzar.

Así que si no fuiste demasiado soñador en los puntos anteriores, y lo hiciste con los pies en la tierra. Podemos continuar. Crear un Plan de Marketing Digital.

Relevante

Los objetivos fijados anteriormente deben ser relevantes con la visión general de la empresa. O en todo caso con un plan de marketing que determine lo que la empresa quiere obtener en el corto, mediano o largo plazo, con la finalidad de que las acciones realizadas en el proceso ayuden a dicha finalidad.

Es un error crear [estrategias digitales](#) sin tener una estrategia de marketing tradicional y es muy común que las empresas no obtengan los resultados que desean por no tener en cuenta este punto. Todo plan debe llevar una relación, así que piensa en los medios digitales como parte de un todo.

Limitado en el Tiempo

En este punto delimitaremos un periodo de tiempo específico en el cual se plantea cumplir con los objetivos. Crear un Plan de Marketing Digital.

En este caso puedes establecer un objetivo general o a largo plazo y crear objetivos específicos a corto plazo que te ayuden a llegar al principal y puedas medir constantemente.

Selecciona tus Estrategias

Ahora que ya has hecho un análisis de la situación. Tienes una noción más concreta de lo que tu empresa o necesita y haz establecido los objetivos que quieres alcanzar. Es momento de seleccionar como llegaremos a ellos.

En el ejemplo mencionamos que queríamos vender más. Y de hecho fuimos específicos, ¿cierto? Queremos aumentar en un 30% las ventas de un producto, bien, pues ahora es momento de determinar que haremos para que vendamos ese 30%. Crear un Plan de Marketing Digital.

Recuerda que toda estrategia digital debe ser relevante con la empresa. Con lo cual es importante pienses bien en las estrategias digitales que mejor se adecuen a tu empresa. Un ejemplo puede ser una estrategia mediante tu sitio web intentando incrementar el tráfico. O mediante contenidos y publicidad [SEM](#) con [Google Adwords](#) o en [Facebook](#), como en algunas redes sociales específicas. (Piensa en cuáles son las más adecuadas para tu mercado y tu empresa).

Plan de Acción

Tal vez te preguntes ¿Qué no las estrategias y las tácticas son lo mismo? Si sabes la diferencia ¡Felicidades! Si no, aquí te la decimos.

Bien, la diferencia entre una estrategia y una táctica (poniéndolo de manera sencilla) es que uno podría ser el ¿Qué?, y el otro el ¿Cómo?

Es decir, en el ejemplo anterior tomamos en cuenta incrementar el tráfico de tu sitio web, si tienes el producto en línea del cuál queremos incrementar las ventas, aumentando el tráfico hacia tu página o hacia la página del producto. Es probable que los usuarios que visitan tu página quieran comprarlo. Crear un Plan de Marketing Digital.

También hablamos de contenidos y hasta una campaña de publicidad en Facebook que de igual manera servirá para promocionar el producto o bien, incrementar el tráfico en tu sitio web. Pero lo interesante es como harás dichas campañas ¡¿No lo habías pensado eh?! Así es, el cómo es lo realmente importante.

NOTA IMPORTANTE: Te aconsejamos primero saber el presupuesto con el que cuentas. Para así poder seleccionar las acciones que llevarás a cabo.

Una forma correcta de aplicar las tácticas adecuadas para con las estrategias de ejemplo serían las siguientes:

Posicionamiento en buscadores

Aquí nos proponemos estar entre los 10 mejores. Y para esto debemos hacer [un buen SEO](#) e incluso hacer una campaña de publicidad apoyándonos del SEM con Google Adwords para reforzar. Crear un Plan de Marketing Digital.

Ten en cuenta que deberás añadir que incluirá la campaña pagada. Como los usuarios llegarán a ella, copys, así como un desglose de la [táctica de SEO](#).

Contenidos y publicidad en Facebook

Si ya tenemos claro que la estrategia es Facebook Ads. Ahora piensa en cómo lanzarás dichas campañas. Si será sólo una o varias al mes, como serán los banners, cual será tu mensaje objetivo, presupuestos y segmentación.

Incluso si haces contenido para Facebook sobre tu empresa. Puedes hacer publicaciones sobre algunas de las bondades de tu producto (sin ser espamoso, ni utilizar superlativos como todo el mundo).

Control y Análisis de los Resultados

En este punto. Ya deberás haber puesto en acción las estrategias y tácticas que componen a dichas estrategias.

Una vez que hayas hecho esto. Te darás cuenta que es necesario hacer algunos cambios en el proceso para que funcionen de manera adecuada. Crear un Plan de Marketing Digital. Finalmente. Al término de las mismas es necesario que analices los resultados. Para que sepas cuales fueron las acciones que te llevaron a alcanzar los objetivos trazados al principio. O quizá por qué no se lograron alcanzar. Para que en el futuro puedas crear mejores acciones.

Conclusión

Solo queda que comiences a realizar estos pasos. Y si quieres que te acompañemos en el camino. [Solo tienes que avisarnos](#). Te estamos esperando para [impulsar a tu empresa al éxito](#) gracias al marketing digital. Crear un Plan de Marketing Digital.