##

## **Canales para llegar a tu cliente** - <https://mentorday.es/wikitips/canales/>

* + 1. ¿Cuáles de estos canales son los que prefieren los clientes?. Si todos mis clientes leen o consultan un canal ¡¡¡será muy fácil llegar a ellos, nos costará menos inversión!!!
	+ 2. ¿Cuáles permiten obtener los mejores resultados en cada fase o etapa?. Más clientes y con más LTV
	+ 3. ¿Con cuáles se obtiene mayor rentabilidad?. Invertir 100 euros en cada uno y comparar resultados, calcular el CAC de cada canal
	+ 4. ¿Qué canales son los más adecuados para tu empresa?
	+ 5. ¿Cuáles has probado (“validado”) ya y que resultados positivos has conseguido captando clientes?
	+ 6. ¿Cuál es el que te facilita más clientes al menor coste CAC?
	+ 7. ¿Cómo podemos elegir el CANAL por el que más podemos crecer?.
* **Emprender es vender -** <https://mentorday.es/wikitips/emprender-vender/>
* **Cómo comienza a vender una persona emprendedora -** <https://mentorday.es/wikitips/comenzar-vender-emprendedor/>
	+ ¿Qué opinas de tus capacidades para la venta?.
	+ ¿Qué medidas tomarás para optimizar tus habilidades para la venta?.
	+ ¿Qué piensas hacer para mantener el contacto con el mercado?.

Con el fin de que salgas a vender desde ahora mismo te invitamos a que hagas un ejercicio que te ayude a desarrollar tu estrategia de ventas; contesta a las siguientes preguntas:

* + Anota 3 o 4 atributos o beneficios que aportan tus productos o servicios.
	+ Anota 3 o 4 posibles objeciones que podrían oponer tus clientes a tu presentación de ventas.
	+ Prepara un tratamiento para cada una de las objeciones.
	+ Anota cada una de las causas por las que crees que tus prospectos no accederían a cerrar la venta .
	+ Prepara el tratamiento a sus objeciones a cerrar.
	+ Analiza ahora si te conviene seguir con tus presentaciones de ventas tal como las haces ahora, o si te conviene modificarlas anticipándote a las objeciones y negativas del cliente.
	+ Interioriza bien toda esta información y vé enriqueciéndola a medida que tus contactos con tus clientes se intensifiquen.
* **Las estrategias de venta -** <https://mentorday.es/wikitips/estrategias-venta>/
* **Plan de marketing de tu empresa -** <https://mentorday.es/wikitips/plan-de-marketing/>
	+ ¿Qué canales de promoción vas a utilizar?, ¿a qué precio vas a vender en cada país?, ¿qué publicidad o promoción?.
	+ ¿Qué plan de acción con calendario vas a seguir?,¿tienes tu web y material promocional en varios idiomas?.

## **Marketing directo -** https://mentorday.es/wikitips/marketing-directo/

## **Growth Hacking -** <https://mentorday.es/wikitips/growth-hacking>

* + 1. ¿Qué técnicas de growth hacking vas a emplear en tu empresa para crecer rápido?.

## **Marketing online -** <https://mentorday.es/wikitips/marketing-digital-online/>

* + 1. ¿Cómo estás aprovechando las ventajas del marketing digital?

## **Vender por RRSS -** <https://mentorday.es/wikitips/redes-sociales/>

* + 1. ¿Qué redes sociales usan tus clientes?.
	+ 2. ¿En cuáles ya tienes creada tu cuenta personal y la de la empresa?.
	+ 3. ¿Qué pruebas has hecho con resultados positivos en ventas?.
	+ 4. ¿Quién se dedica en la empresa a las redes sociales?.
* **Fuente de ingresos** - <https://mentorday.es/wikitips/fuentes-de-ingresos/>
	+ 1. ¿Qué tipos de ingresos generan tus clientes para tu empresa?.
* **Pitch comercial** - <https://mentorday.es/wikitips/el-pitch-comercial/>
	+ 1. ¿Qué Pitch comercial haces a tus clientes con el que consigues ventas?.

**PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING**

**Utiliza esta plantilla para hacer tu plan de marketing. Como ves se divide en dos partes. La primera se compone de los aspectos generales del plan, definición estratégica y marketing mix. En la segunda parte expondrás tu estrategia de marketing digital**

| [**PLAN DE MARKETING**](https://mentorday.es/wikitips/plan-de-marketing/) |
| --- |

**Primera parte:**

| **LA EMPRESA** |
| --- |
| **Nombre de la empresa** |  |
| **Sitio Web:**  |  |
| **Dirección** |  |
| **Teléfono** |  |
| **Correo electrónico** |  |
| **Responsable (s)** |  |

| **INTRODUCCIÓN** |
| --- |
| **¿Cuál es el propósito general del plan?** |

| **RESUMEN EJECUTIVO** |
| --- |
| **(Haz una descripción resumida del plan)** |

| **OBJETIVO, ÁMBITO Y METAS DE LA EMPRESA** |
| --- |
| **(Descripción del contexto general del plan: Sector, ubicación geográfica de la empresa, objetivos más importantes)** |

| **ANÁLISIS DE LA EMPRESA** |
| --- |
| **(Descripción general de la empresa y de su gama de productos) Misión y qué solución aporta y una descripción de la misma.** |

| **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN** |
| --- |
| Haz una descripción general de la empresa y de su gama de productos ¿Qué solución aportas?**Condiciones generales de entorno**¿Qué aspectos del entorno ayudan o dificultan la ejecución de tu plan de marketing**?****Condiciones generales a nivel interno.**¿Qué aspectos de tu organización te ayudan o dificultan la ejecución de tu plan de marketing**?****Competencia** (Descripción de los principales competidores, oferta, puntos fuertes y débiles. ¿Por qué les compran sus clientes?. **Recursos de la empresa**Relaciona los recursos humanos, técnicos, financieros, de producción, etc)**Potencial, previsiones y datos de mercado.**Evolución de los últimos años, volumen, facturación, datos de mercado.**Cuota de mercado**Posición relativa de tu organización. Evolución. |

| **ORGANIZACIÓN DE MARKETING** |
| --- |
| Organigrama y distribución de responsabilidades. |

| **OBJETIVOS DE MARKETING.** |
| --- |
| **Ventas.** ¿Cómo van a llegar los ingresos?**Facturación.****Cuota de mercado.** |

| **ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE MARKETING** |
| --- |
| **Variables estratégicas de marketing:****Mercado Objetivo:****Ventajas competitivas y diferenciadoras:****Posicionamiento:**  |
| [**Mix de marketing:**](https://mentorday.es/wikitips/marketing/)**Producto:** Descripción del producto y/o servicio. Análisis de relación entre características y beneficios.Qué lo diferencia de la competencia. Argumentar validación[**Precio.**](https://mentorday.es/wikitips/el-precio-una-decision-de-marketing/) Explicación de los criterios de fijación de precios. Argumentar validación.**Comunicación.** Referida a medios no digitales. Justificación de medios a utilizar. Objetivos de audiencia. **Distribución.** Canales seleccionados**.** ¿Nos llevan al cliente? Objetivos de distribución. |

| **CONTROL** |
| --- |
| Ratios que consideras esenciales que debes controlar. Define tu carpeta de comando. |

[**Haz tu DAFO digital y el de tus principales competidores**](https://mentorday.es/wikitips/?s=dafo)

| **Fortalezas****1****2****3****4****5****6** |
| --- |

| **Debilidades.****1****2****3****4****5****6** |
| --- |

| **Amenanzas.****1****2****3****4****5****6** |
| --- |

| **Oportunidades.****1****2****3****4****5****6** |
| --- |

| [**Competidores más importantes**](https://mentorday.es/wikitips/identifica-a-toda-tu-competencia/) |
| --- |
| **Empresa** |  **Página Web** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

| **Nuestros productos y servicios** |
| --- |
| **Productos** | **Precio**  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

| **Plan de acción.** |
| --- |

| **Estrategias de visibilidad** |
| --- |
| [**SEO Búsqueda**](https://mentorday.es/wikitips/seo/) |
| **Redes sociales** |
| [**Publicidad pagada**](https://mentorday.es/wikitips/sem/) |
| **Directorios locales** |
| **Mobile Mk.** |
| **Networking** |
| **Otros** |

[**EXPLICA TU FUNNEL O EMBUDO DE CONVERSIÓN**](https://mentorday.es/wikitips/el-embudo-de-marketing/)

| **Captación de prospectos (leds)** |
| --- |
| **Versión** |
| **Landing page** |
| [**Email Marketing**](https://mentorday.es/wikitips/email-marketing/) |
| **Messenger** |
| **Whatsapp** |
| **Telegram** |
| **Otros** |

| **Seguimiento**  |
| --- |
| **Email** |
| **Messenger** |
| **Redes sociales**  |
| **Publicación de contenidos.** |

| **Proceso de venta (conversión de leds en clientes)** |
| --- |
| **Páginas de venta** |
| **Oferta/bonos extras/promociones** |
| **Pagos online** |
| **Up sell** |
| [**Cross sell**](https://mentorday.es/wikitips/cross-selling/) |
| **Down sell** |

| **Motor de Crecimiento.** [Describe tu estrategia](https://mentorday.es/wikitips/palanca-de-crecimiento-motor-de-crecimiento/) |
| --- |
|  |

| **Estrategia de Fidelización (atachment)** |
| --- |
| **Programa de compras recurrentes** |
| **Contenido de ayuda** |
| **Email marketing** |
| **Maximización de ganancias. (Producto o servicios premium)** |
| **CRM** |

| [**Blog**](https://mentorday.es/wikitips/blog/) **de la empresa** |
| --- |
| **Problema del cliente** | **Título**  | **Fecha de publicación** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

| [**Email Marketing**](https://mentorday.es/wikitips/email-marketing/) |
| --- |
| **Estrategias para obtener información (correo electrónico y****nombre) de los visitantes al blog:** |
|  |  |
| **Tamaño de mi lista actual de correos****electrónicos de clientes potenciales:** |  |
| **Tamaño de la lista al final del 2021 (meta):** |  |
| **Número de emails a enviar por mes:** |  |

**PLAN DE ACCIÓN EN LAS** [**REDES SOCIALES**](https://mentorday.es/wikitips/redes-sociales/)

| [**INSTAGRAM**](https://mentorday.es/wikitips/instagram/) |
| --- |
| **Instagram (estrategia)** |
|  |
| **Dirección de la pàgina de al empresa** |  |
| **Objetivo de la página** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog** |
|  |

| [**FACEBOOK**](https://mentorday.es/wikitips/facebook/) |
| --- |
| **Facebook (estrategia)** |
|  |
| **Enlace a tu facebook** |  |
| **Objetivo en facebook** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog desde facebook** |
|  |

| [**YOUTUBE**](https://mentorday.es/wikitips/youtube/) |
| --- |
| **Youtube (estrategia)** |
|  |
| **Enlace al canal en youtube** |  |
| **Objetivo en youtube** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores en youtube** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog desde youtube** |
|  |

| [**TWITTER**](https://mentorday.es/wikitips/twitter/) |
| --- |
| **Twitter (estrategia)** |
|  |
| **Enlace a la cuenta twitter** |  |
| **Objetivo en twitter** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores en twitter** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog desde twitter** |
|  |

| **PINTEREST** |
| --- |
| **Pinterest (estrategia)** |
|  |
| **Enlace a tu pinterest** |  |
| **Objetivos en pinterest** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores en pinterest** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog desde pinterest** |
|  |

| [**LINKEDIN**](https://mentorday.es/wikitips/linkedin/) |
| --- |
| **linkedin (estrategia)** |
|  |
| **Enlace a tu de linkedin** |  |
| **Objetivos en pinterest** |
|  |
| **Nº de seguidores actuales** |  |
| **Nº de seguidores meta** |  |
| **Estrategia para captar seguidores en pinterest** |
|  |
| **Estrategia para llevar seguidores a la web/blog desde pinterest** |
|  |

**https://mentorday.es/wikitips/chatbot/**

| **Calendario de promociones y ofertas** |
| --- |
| **Periodo** | **Descripción** | **Objetivo** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

| [**Presupuesto de marketing**](https://mentorday.es/wikitips/presupuesto-de-marketing/) **digital mensualizado.** |
| --- |
| **Mes** | **Presupuesto** |
| **Enero**  |  |
| **Febrero**  |  |
| **Marzo** |  |
| **Abril**  |  |
| **Mayo**  |  |
| **Junio** |  |
| **Julio** |  |
| **Agosto** |  |
| **Septiembre** |  |
| **Octubre** |  |
| **Noviembre**  |  |
| **Diciembre** |  |
| **Total** |  |

| **Presupuesto de marketing.** |
| --- |
|  |