Muestra de plan de marketing de 2024 

Fecha: 3/1/19

Creador del plan: Mary Washington, D. E.

Equipo de marketing: Jane Parent, John Doe, maestra Katia,

ABC Child Center

555 Family Street

Brooklyn, NY, 11218

212.555.5555

abcchildcare@gmail.com

| Estrategia de precios  |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Encuestar sobre los cargos en otros programas | ¿Nuestras tarifas son competitivas? | 1. Para obtener tarifas, llame a ABC Childcare, Best Childcare y Early Steps
 | Jane Parent (voluntaria) | Para marzo de 2018 | Completado | ABC = $14,000/añoBest Childcare = $800/semanaEarly Steps = $10,000/año |
| Determinar si nuestras tarifas pueden aumentarse para compensar los costos | ¿Qué tipo de aumento de tarifas es razonable dentro del mercado actual? | 1. Establecer una reunión con la Junta para estudiar las tarifas y analizar las medidas para aumentarlas
 | John Doe (codirector) | En mayo de 2018 | En proceso | El 5/22/18 se determinó con la Junta que las tarifas estén en un rango bajo.  |
| Aumentar las tarifas para las familias nuevas | Garantizar la sostenibilidad empresarial de acuerdo con el presupuesto y el plan estratégico | 1. Reunirse con la Junta para obtener las aprobaciones
2. Actualizar el manual para padres con las nuevas tarifas
 | Mary Washington (directora) | En vigencia a partir del 1 de julio de 2018 | Completado | Incremento de $50 en las tarifas para las familias nuevas. Se determinó que debía añadirse al manual una política sobre los incrementos anuales de las tarifas |
| Posicionar la organización para acceder a fondos de 3-K | Continuar la prestación de servicios a las familias de 0 a 5 años | 1. Analizar con el Departamento de Educación (Department of Education, DOE) el potencial para acceder a la financiación de 3-K y al cronograma para la implementación
 | Mary Washington | Para junio | Aún no ha comenzado |  |

| Declaración sobre el valor del programa |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Revisar misión | Hace cinco años que no se actualiza | 1. Organizar una reunión con la Junta y el personal para revisar la misión y el enfoque de cuidado
 | Mary  | Abril | Aún no ha comenzado |  |
| Enfatizar nuestro programa de arte | Es necesario agregar un nuevo programa a los materiales de marketing | 1. Redactar el eslogan del programa y agregarlo a los materiales de los medios de comunicación para informar a las familias sobre nuestro nuevo y emocionante programa de arte
 | Mary y todos los maestros | Julio | Pendiente de programación |  |

| Imagen de la comunidad |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Crear un nuevo logotipo | Se agregó un nuevo programa de arte | Contratar un diseñador gráfico | John | Marzo | Aún no ha comenzado |  |
| Capacitar al personal sobre la implementación del plan de marketing | Para que todo el personal comparta el mismo mensaje | Programar fecha de capacitación | Mary | Marzo | Aún no ha comenzado  |  |

| Asociaciones comunitarias estratégicas |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Unirse al Professional Development Leadership Institute (PDI) | Ejercer un rol de liderazgo más importante en la comunidad | Asistir a la próxima reunión | John  | Febrero | Confirmar asistencia a la reunión |  |

| Publicitar sus servicios / crear materiales de marketing |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Administrar el perfil de Yelp | Obtuvo una reseña negativa | 1. Katia se ofreció como voluntaria para responder los comentarios, atender las preocupaciones de las familias y revisar todas las semanas y de forma continua la página web
 | Katia | Todos los lunes | En proceso |  |

| Crear políticas del programa para fomentar las recomendaciones |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Crear bonificación por recomendación familiar | Garantizar la inscripción | 1. Crear una política escrita
2. Informar a las familias sobre la nueva política
 | John | Febrero | En proceso |  |

| Otros / próximos pasos |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
| Capacitar al personal sobre la implementación del plan de marketing | Para que todo el personal comparta el mismo mensaje | Programar fecha de capacitación | Mary | Marzo | Aún no ha comenzado  |  |

| Medición del éxito general del plan de marketing |
| --- |
| Objetivo  | Estado | Resultados |
| Aumentar la inscripción | En progreso | Aula 1 completa |
| Crear una lista de espera | Completado | 10 familias en la lista |
| Obtener tres recomendaciones de familias en 2018 | En progreso |  |

| Presupuesto de marketing |
| --- |
| Artículo del presupuesto | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Descripción del precio unitario | Costo total |
| Firma | 1. Obtener cotizaciones
 | Maestra Katia | 1 de julio de 2018 | $600 | $600 |
| Diseño gráfico | 1. Contratar diseñador
 | John Doe | 1 de julio de 2018 | $150/hora por 10 horas = 1500 | $1500 |
| Folletos publicitarios | 1. Obtener cotizaciones
2. Imprimir 200
 | Mary Washington | 1 de julio de 2018 | 20 folletos publicitarios por $200 =  | $200 |
| Tarjetas de presentación | 1. Solicitar
 | Mary Washington | Marzo de 2018 | $300 | $300 |
|  |  |  |  | Subtotal | $2600 |
|  |  |  |  | Impuesto sobre las ventas | $260 |
|  |  |  |  | Total | $2860 |