Plan de marketing de [año] 

Fecha:

Creador del plan:

Equipo de marketing:

Nombre del programa:

Calle:

Ciudad:

Código postal:

Teléfono:

Correo electrónico:

Los siguientes temas están relacionados con la lista de verificación de marketing. Pueden modificarse según sea necesario o eliminarse en el caso de que decida no incluirlos en su plan de marketing general.

| Estrategia de precios  |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Declaración sobre el valor del programa |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Imagen de la comunidad |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Asociaciones comunitarias estratégicas |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Publicitar sus servicios / crear materiales de marketing |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Crear políticas del programa para fomentar las recomendaciones |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Otros / próximos pasos |
| --- |
| Objetivo  | Motivo | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Estado | Resultados |
|  |  |  |  |  |  |  |

| Medición del éxito general del plan de marketing |
| --- |
| Objetivo  | Estado | Resultados |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

| Presupuesto de marketing |
| --- |
| Artículo del presupuesto | Pasos de acción | Persona responsable | Cronograma | Descripción del precio unitario | Costo total |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |