**PLANTILLA DE MARKETING DE VENTAS**

|  |
| --- |
|  |
| **GOL** | **BLANCO** | **ESTRATEGIAS** | **TÁCTICAS / MENSAJES** | **CALENDARIO** | **MEDICIÓN** |
| Objetivos específicos y mensurables para cumplir en un período de tiempo establecido. | Objetivos específicos, segmentos accesibles de personas con necesidades o intereses similares, motivaciones, datos demográficos, ubicaciones, etc.  | Estrategias para atraer a las personas u organizaciones específicas a las que intenta llegarcon una oferta convincente que satisfagasusintereses / necesidades. | Herramientas o canales que usarás para alcanzar tus objetivos. ¿Qué tiene de único tu historia/producto/servicios/biografía/historia que conecta con tu público objetivo? ¿Qué mensajes serán persuasivos? | Especifique qué actividades realizará diariamente, semanalmente, mensualmente o trimestralmente para lograr sus objetivos. ¿Qué hora del día o día de la semana es más efectiva para cada actividad? | ¿Cómo harás un seguimiento de los resultados? ¿Cómo se comparará la eficacia de cada atáctico? ¿Cómo calculará el tiempo / dinero / número de contactos que se necesita para atraer / retener a cada cliente / cliente? |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**Cualquier artículo, plantilla o información proporcionada por Smartsheet en el sitio web es solo para referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos representaciones o garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, artículos, plantillas o gráficos relacionados contenidos en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |