

# Plan de MARKETING DIGITAL

No existe un modelo válido para todas las empresas



Cada campaña requiere adaptación **al 100%** a sus necesidades, objetivos, y punto de partida.

## FASE 1 Punto de partida

Ten en cuenta los criterios fundamentales del Plan de Marketing tradicional.

### Estudio de mercado.

**Factores PEST** políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Análisis **DAFO** y **CAME**.

**Proposición de valor** única ventaja competitiva.

**Conocer a tu cliente.**



### TIP!

El entorno es cambiante, este ejercicio hay que realizarlo para cada campaña digital.

## FASE 2

**Elabora la estrategia digital para llegar a tus clientes:**

Define unos **objetivos SMART**.

**Fija tu presupuesto.**

Establece el **horizonte temporal** para tu campaña.

**Segmenta a tus clientes.**

Construye un **cuadro de mando**.

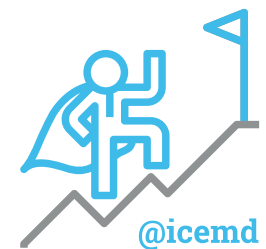
Además, **revisa** bien que tus **activos digitales** estén optimizados:



Son el **primer contacto con el cliente**, la venta de tu producto o servicio dependen de una **buena primera impresión**.

## CONCLUSIÓN

No existe un plan de Marketing Digital a modo de "talla única". Se debe respetar una estructura básica. **Hay aspectos clave para lograr la verdad y el éxito.**



¿Quieres especializarte en Marketing Digital?



Máster en Marketing Digital

+ INFO

**Sandra Yagüe**  
CEO/ Directora Ejecutiva/ Marketing/ Ventas de Yagüe&Yagüe Conslts. y profesora de ICEMD