



**CORFO**  
ANTOFAGASTA

**HARD.  
GO**

# Despierta tu *marca!*

El marketing que mueve tu talento

**DISEÑA TU PLAN DE  
MARKETING.  
MARÍADOGO**

**inquieta**





# Soy María DoGo

## READY PARA UN MARKETING MUY HARD?

Soy especialista en marketing y comunicación, y estoy decidida a ayudarte a mejorar tu Estrategia de Marca y Plan de Acción.

Con una experiencia de más de 10 años trabajando con marcas de múltiples sectores y tipologías, capitaneo desde el año 2017 la Agencia de Estrategia: DoGoStrategy.

Queremos convertirnos en tu #PlannerinCrime.

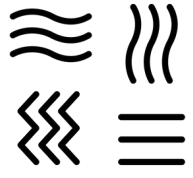
**inquieta**



# ¿Qué veremos hoy?

**DISEÑAR UN PLAN DE  
MARKETING QUE POR FIN  
VAS A IMPLEMENTAR.**

- 5 ERRORES QUE NO PUEDES COMETER
- TU PLAN PASO A PASO



# 5 errores que no puedes tener tu plan



**Tener un Plan de Marketing que no esté conectado con tu modelo de negocio, tus valores y estrategia de marca.**

**TU PLAN DE MARKETING TIENE QUE ESTAR AL SERVICIO DE TU MODELO DE NEGOCIO Y DE TU MARCA.**

**1.**

≈ ≈ ≈  
≡ ≡ ≡

**Obviar las necesidades,  
amenazas y oportunidades  
que existen para tu marca  
y tu negocio y no  
aprovecharlas.**

**TU VOZ DE MARCA ES LO PRINCIPAL, PERO ASEGÚRATE DE NO  
PREDICAR EN EL DESIERTO.**

2.



≡ ≡  
≡ ≡

# No entender que todo lo que haces comunica y transmite lo que eres como marca.

**TODAS LAS ACCIONES SON ESTRATÉGICAS Y COMUNICAN LO QUE ERES. DESDE LA RESPUESTA A UN EMAIL HASTA LA CELEBRACIÓN DEL ANIVERSARIO.**

# 3.



**Pretender objetivos  
imposibles con recursos  
contenidos.  
Miopía de libro.**

**DISTINGUE ENTRE OBJETIVOS GLOBALES Y OBJETIVOS  
CONCRETOS POR ACCIÓN. AMBOS SON VITALES.**

**4.**

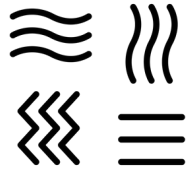


≡ ≡  
≡ ≡

**Olvidar que el cuándo importa, y cambiar la improvisación por la planificación.**

**LAS PRISAS, LA ANSIEDAD, LA FALTA DE FOCO Y CALMA ES UNO DE LOS MAYORES ERRORES QUE PUEDES COMETER. CADA COSA A SU TIEMPO.**

5.



Tu plan paso a paso. Ready?

# PRIMERAS DECISIONES ESTRATÉGICAS:

## **PÚBLICOS OBJETIVO**

Los públicos a los que te diriges.

## **PRODUCTOS O SERVICIOS**

El catálogo de productos o servicios que ofreces.

## **PRECIOS**

¿Dónde los sitúas? ¿Bajos – Medios – Altos?

## **CANALES DE VENTA**

¿Cuáles son? ¿Cuánta dependencia externa tienes?



WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

# LET'S GO!

## PÚBLICOS OBJETIVO

Mis públicos objetivo por orden de importancia son...

## PRODUCTOS O SERVICIOS

Mis productos de menor a mayor precios son...

## PRECIOS

Mis precios son (Bajos - Medios - Altos)

## CANALES DE VENTA

Mis canales de venta por orden de importancia son...



# PRIMERAS DECISIONES ESTRATÉGICAS:

## OBJETIVOS DE MARKETING

Cuantitativos y relacionados con las ventas.

## OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Cualitativos y relacionados con la marca.

## ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

¿Dónde quieres posicionar tu marca?

## HITOS

Momentos del Año relevantes. Picos -Valles- Out

WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

# LET'S GO!

## OBJETIVOS DE MARKETING

Indica 3 objetivos de marketing.

## OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Indica 3 objetivos de comunicación.

## ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

El VALOR fundamental de mi marca es...

## HITOS

Meses PICO:  
Meses VALLE:  
Meses OUT:





# TRAMANDO TU PLAN DE MARKETING:

## EL MARKETING MIX

Delimitando el área de trabajo.

### PLAN DE MARKETING NUCLEAR.



### PLAN DE MARKETING HARD.



WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

**LET'S GO!**

**MI MARKETING MIX SERÁ:**

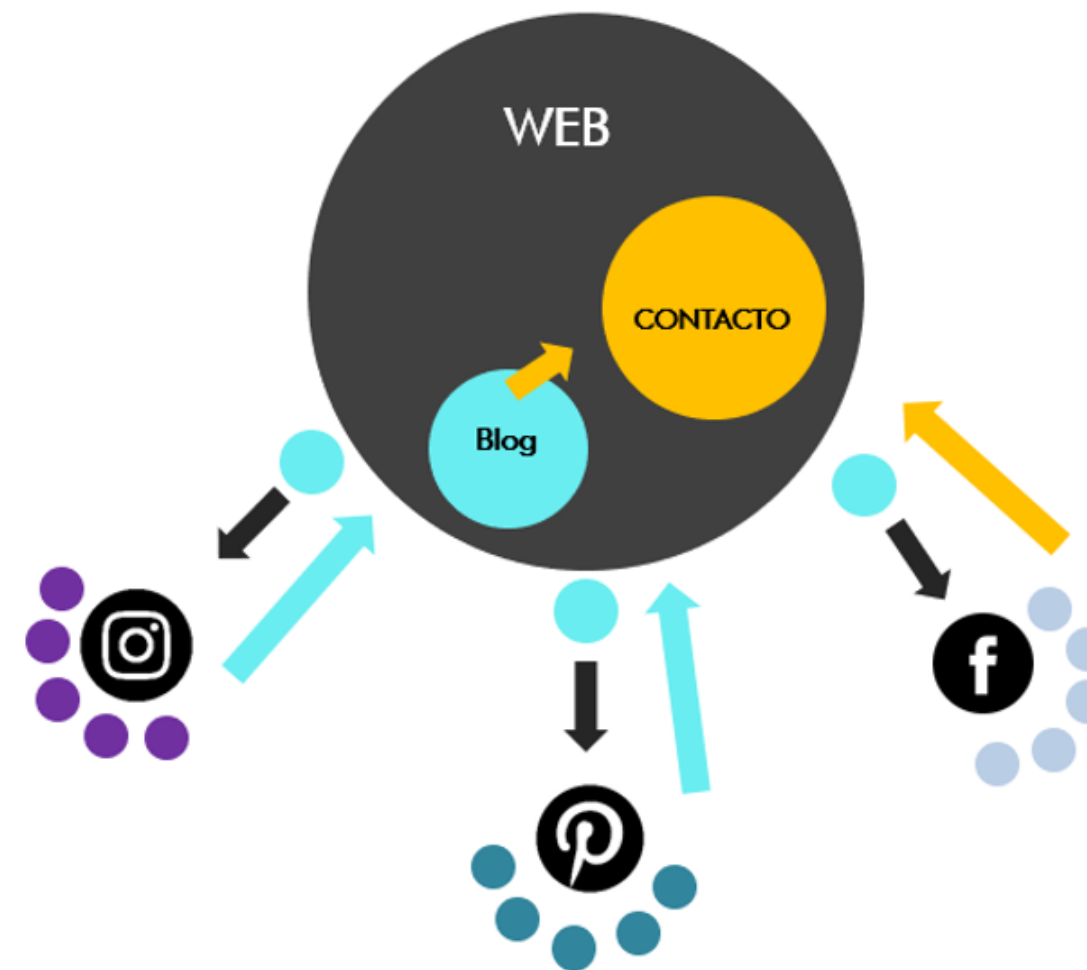
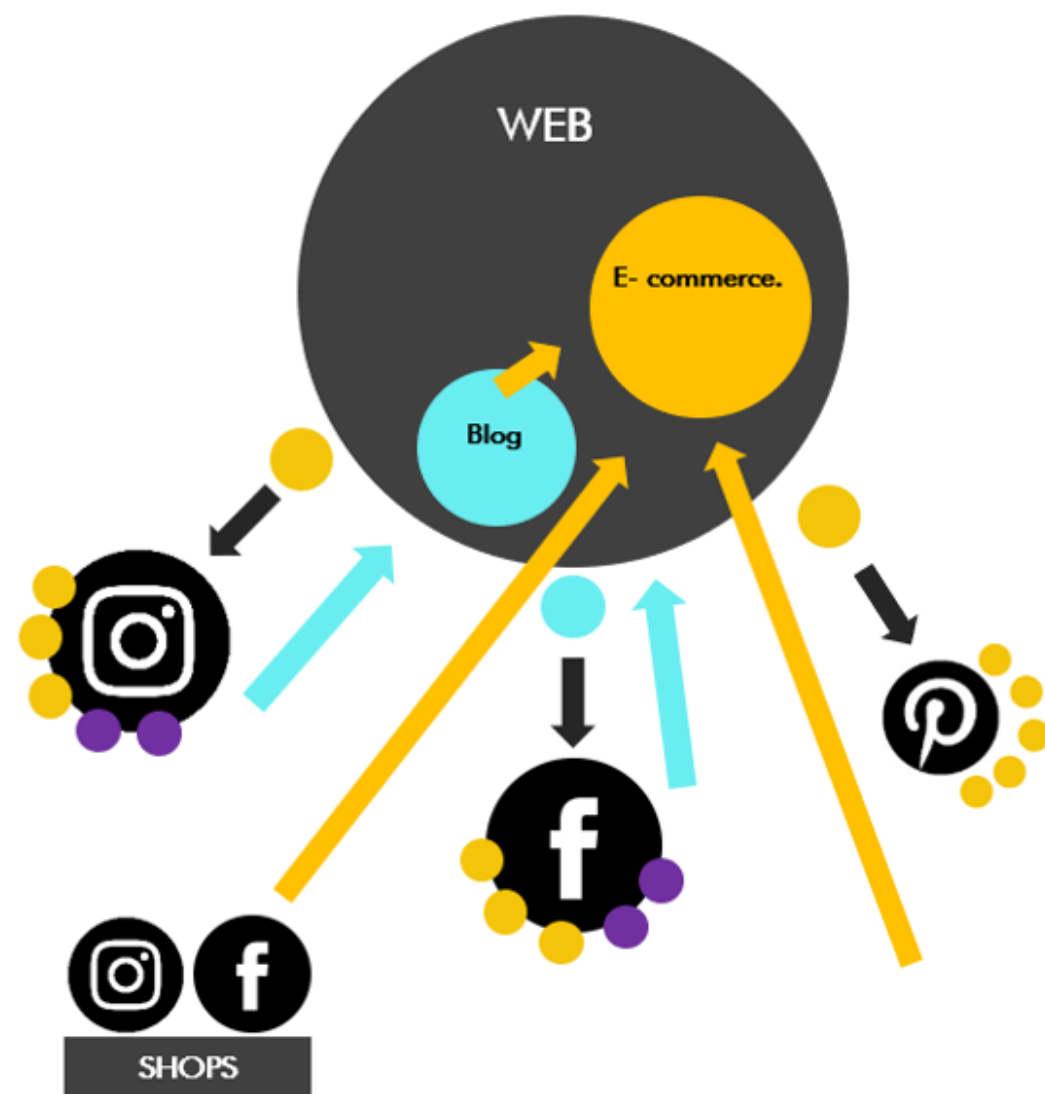


**inquieta**

# TRAMANDO TU PLAN DE MARKETING:

## PLATAFORMAS Y FLUJO.

Seleccionando las herramientas.





WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

# LET'S GO!

## MIS PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN:

Plataforma 1

Plataforma 2

Plataforma 3

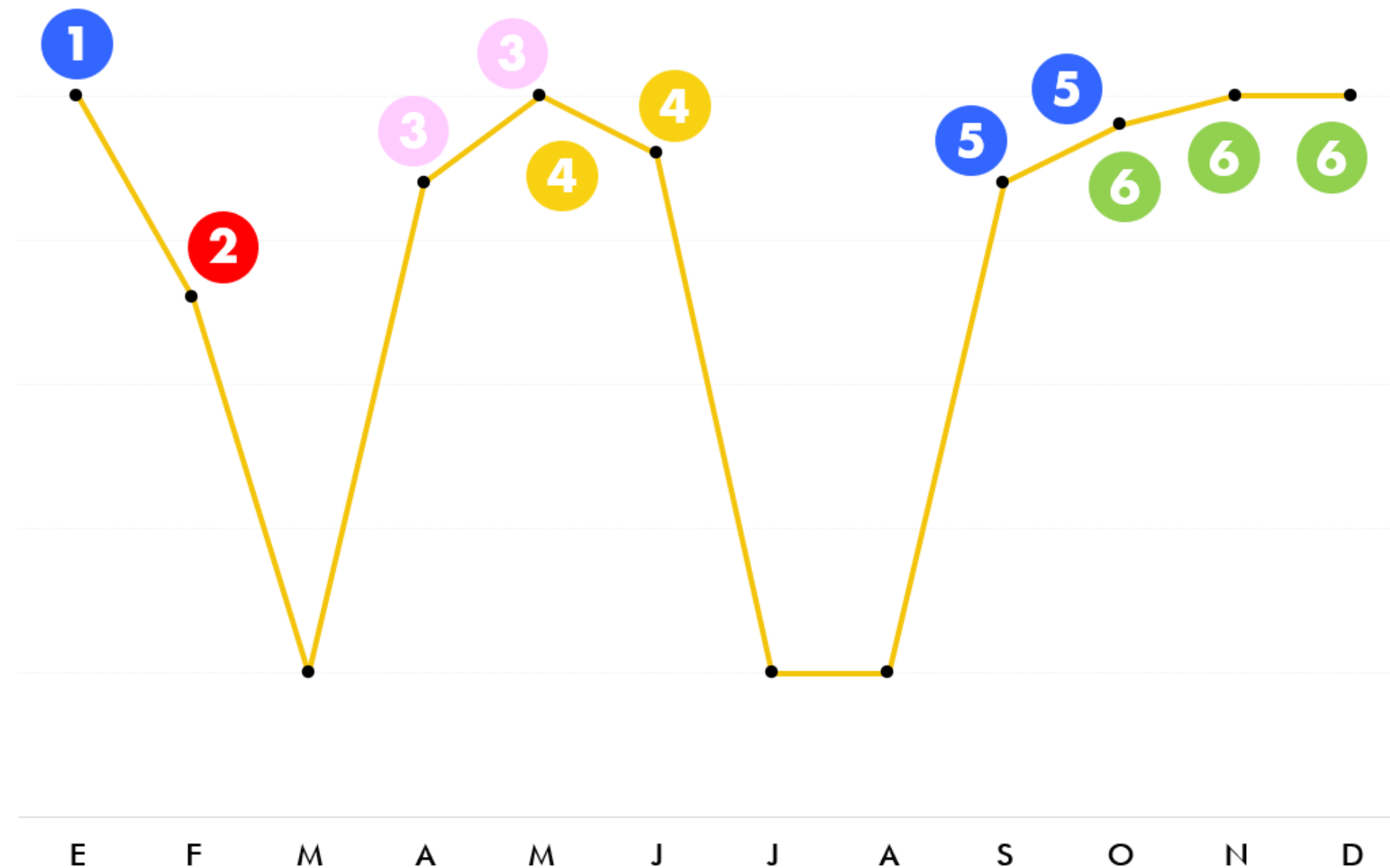
Plataforma 4



# TRAMANDO TU PLAN DE MARKETING:

## TIMING

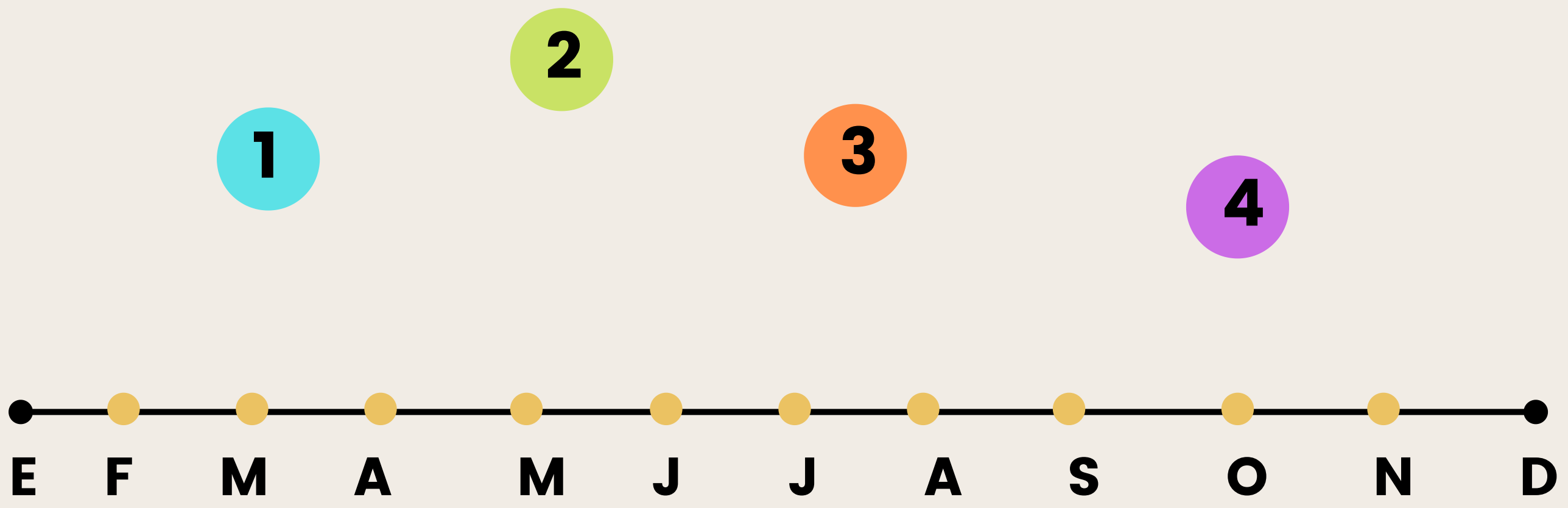
Escogiendo el momento.



WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

# LET'S GO!

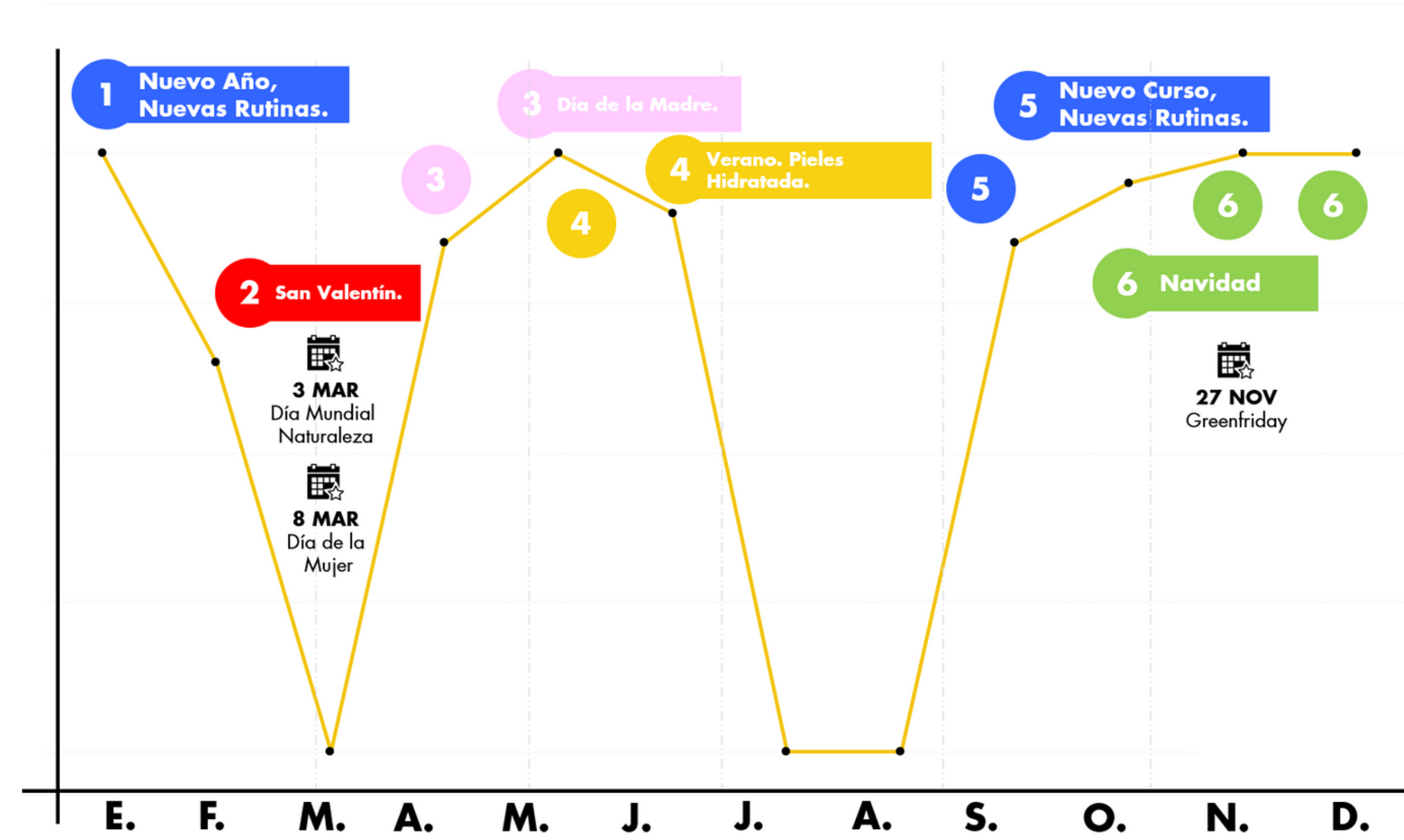
## TU TIMING



# TRAMANDO TU PLAN DE MARKETING:

## CAMPAÑAS

Focos y Acciones.

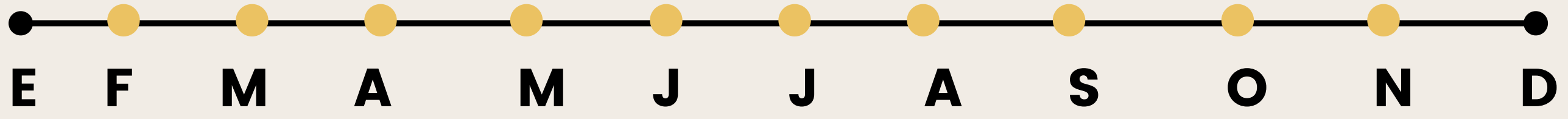


WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK  
WORKBOOK

# LET'S GO!

## TU PLAN

- 1** soy el foco de tu campaña
- 2** soy el foco de tu campaña
- 3** soy el foco de tu campaña
- 4** soy el foco de tu campaña



**inquieta**







**MUCHO** **READY** **para** **hacerlo**  
**hard**

**inquieta**



GRACIAS  
GRACIAS  
GRACIAS



# Despierta tu *marca*!

El marketing que mueve tu talento

timing.

un proyecto de

**inquieta**  
creativas que emprenden

con el apoyo de

 **CORFO**  
ANTOFAGASTA

co diseñado por

diseñada  
montse  
venegas

edén  
romero  
MARÍA JOSÉ  
Rivera  
COACH & MENTORA

colaboran



  
comeb.cl  
EL PORTAL DE EMPRENDIMIENTO DEL NORTE



  
Cinn da  
Centro de Innovación  
& Diseño Avanzado

  
alianza  
ANTOFAGASTA

  
usoi

  
MARCHANTES

  
CONVERGE

media partner

Timeline  
MAGAZINE

Tell  
MAGAZINE