

# Plan de Acción

EXTRAORDINARIA

## LA ESTRATEGIA

GLORIA MARTÍNEZ

Business & Marketing Trainer | [www.gmmcomunicacion.com](http://www.gmmcomunicacion.com)

Recuerda que basarte en datos objetivos y cuantificables te va a dar seguridad a la hora de tomar decisiones estratégicas y más determinación para trazar un plan eficiente que te acerque a tus objetivos. Tus números hablan. Escúchalos.  
Aquí tienes tu plan de acción para trabajar la estrategia en diez pasos.

### 1 DEFINE TUS OBJETIVOS SMART

Anota cuántas unidades tendrías que vender de cada producto o servicio para conseguir la facturación deseada. Así podrás conocer el esfuerzo comercial que debes hacer y seguir fijando objetivos. Pero recuerda: ¡la facturación no son beneficios!

OBJETIVO DE FACTURACIÓN:

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	UNIDADES	TOTAL (€)
TOTAL FACTURADO			

Si necesitas más ayuda con esto, puedes descargarte gratis mi *workbook* «Cómo saber si tu negocio es rentable en dos pasos». (<http://bit.ly/guianegociosrentables>).

2 DISEÑA TU FUNNEL DE NEGOCIO

▶ Productos de entrada:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

▶ Productos intermedios:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

▶ Productos complementarios (o sustitutos):

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

▶ Productos *premium*:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3 MAPEA TU NICHO DE MERCADO

- ▶ Anota cinco empresas competidoras:

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ Anota cinco empresas que podrían ser aliadas:

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ Anota cinco *influencers* para tu cliente ideal:

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ ¿En qué tres redes sociales está tu cliente ideal?

.....

.....

.....

#### 4 OPTIMIZA TU PUNTO DE VENTA

- ▶ Anota la frase o eslogan que debería encontrar tu cliente nada más entrar en tu web o tienda física y que le haría saber que está en el sitio adecuado.

.....

.....

.....

.....

- ▶ ¿Qué tres cosas podrías regalarle para descubrir cuáles son sus intereses (*lead magnet*)?

.....

.....

.....

- ▶ Cómo va a ser y cómo vas a captar los datos de tus visitantes (ya sea en tu web o en tu tienda física).

.....

.....

.....

.....

.....

Por supuesto, optimizar tu punto de venta es mucho más que esto, pero estas tres preguntas te permitirán comprobar si cumples, al menos, con el ABC:

- A. ¿Entienden tus visitantes dónde están y qué conseguirán?
- B. ¿Pueden escoger un regalo que te aporte información sobre qué estarían dispuestos a comprar ahora?
- C. ¿Estás recogiendo los datos para poder contactar con ellos cuando quieras y ofrecerles eso que ahora ya sabes que les interesa?

5 CREA UNA COMUNICACIÓN PROACTIVA

- ▶ FASE 1 > EMPIEZA LA SEDUCCIÓN (INTERÉS). Escribe el asunto del *e-mail* que podrías mandarle a un posible cliente cuando te deja sus datos (redacta de tres a cinco propuestas diferentes).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ FASE 2 > GENERA CONFIANZA. Escribe el título de dos o tres *e-mails* que podrías escribirle para demostrar tu experiencia, tu calidad.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ FASE 3 > LA PROPUESTA. Escribe el título de la primera propuesta de compra que le harías a ese contacto después de haberle seducido, interesado y haberte ganado su confianza.

.....

.....

.....

Perfecto: ya tienes tu primera automatización de *e-mail marketing* casi preparada. ¿Qué tal si la completas y la pones en acción?

6 ESTABLECE TU CALENDARIO COMERCIAL

Anota el servicio o producto y la cantidad que necesitas vender cada mes para conseguir tu objetivo de facturación.

MES	PRODUCTO/SERVICIO	UNIDADES	FACTURACIÓN
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			

7 GENERA CONTENIDO RELEVANTE

- ▶ Anota cinco temas o cosas imprescindibles que necesita saber tu cliente ideal:

.....

.....

.....

.....

.....

Ahora conviértelas en contenido interesante en distintos formatos. Te ayudará a ganar visibilidad y autoridad. Además, conseguirás captar nuevos contactos y ganarte la confianza de los que tienes.

- ▶ Escribe el título de cuatro *webinars* que podrías hacer:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ Escribe el título de cinco artículos que deberías tener en tu blog:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**8 CONSTRUYE UNA RED DE CONTACTOS POTENTE Y ACTIVA**

- ▶ Anota el nombre de diez personas a las que conoces, que no son tu competencia, pero se relacionan con tu cliente ideal (como empresa, como *influencers*...).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Una por una, piensa qué podrías proponerles para que te den voz entre sus contactos: escribir un artículo en su blog, invitar a sus contactos a contenido exclusivo, etc.

También puedes darles voz tú. Lo más normal es que se lo cuenten a su audiencia y de manera indirecta conseguirás visibilidad.

- ▶ Anota el nombre de cinco personas a las que no conoces, pero con las que querrías contactar.

.....

.....

.....

.....

.....

Haz lo mismo que en el caso anterior.  
No tengas miedo, no te sientas insegura, no eres pequeña. Y, en cualquier caso, el *no* ya lo tienes si no haces nada. Pasa a la acción.



9 DISEÑA CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN ATRACTIVAS

- ▶ ¿A quién se dirige la campaña que quieres crear?

.....  
.....  
.....  
.....

- ▶ ¿Qué producto, idea o servicio quieres vender?

.....  
.....  
.....

- ▶ ¿Qué imagen deberías usar? Debería llamar la atención y conectar con la idea o beneficio principal.

.....  
.....  
.....  
.....

- ▶ ¿Qué titular le pondrías?

.....  
.....  
.....

- ▶ ¿Cuál será la llamada a la acción? «Llama», «inscríbete», «compra», etc.

.....  
.....  
.....

10 DISEÑA UNA BUENA REUNIÓN DE VENTAS

- ▶ APERTURA: LA CONEXIÓN. ¿Qué le vas a decir o preguntar a tu cliente para saber qué necesita?.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ SEDUCCIÓN. ¿Qué le vas a decir o preguntar a tu cliente para que vea que le estás escuchando, que te interesa su problema?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ▶ LA PROPUESTA. ¿Cuál es la propuesta concreta que vas a hacerle: servicio, tiempo o dinero?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LA ESTRATEGIA

- ▶ CIERRE DE LA REUNIÓN: COGE LAS RIENDAS. ¿Qué frase o pregunta vas a usar para conseguir una respuesta? ¿Qué le vas a proponer para tener un motivo de contacto posterior?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¿Te ha sabido a poco? ¿Crees que necesitas ayuda?  
Me encantará escucharte en directo (<http://bit.ly/sesiongratisonline>).