

FLUJO DE TRABAJO PROYECTO DE MARKETING

Aunque consuma mucho tiempo, todo proyecto de marketing debe empezar con el diseño de una estrategia que marque las líneas de actuación.

Después, planifica cada acción, independientemente del tiempo que vayan a consumir. Haz un diagrama general de todo lo que vayas a poner en marcha.

Dentro de cada acción de marketing, haz un listado completo de todas y cada una de las tareas que sean necesarias para ponerlas a funcionar.

ESTRATEGIA

PLANIFICACIÓN

TAREAS

Cada uno de los miembros de tu equipo necesitará supervisión, pero no les atosigues. Sírrete de herramientas que te permitan seguir su trabajo.

Establece los plazos de entrega de cada una de las tareas correspondientes a cada acción de marketing del calendario.

Es hora de asignar tareas y diseñar el calendario de lo que debe hacer cada persona. Ten en cuenta lo que cada uno puede asumir.

SUPERVISIÓN

PLAZOS

ASIGNACIÓN

Mantener las fechas de entrega firmes es necesario para evitar retrasos, especialmente en el entorno digital. Procura ser firme.

Mide los resultados de cada acción y de la estrategia general cada seis meses y una vez al año. No te vuelvas loco con los KPIs, establece solo los necesarios.

No mires solo al final del proyecto. Una vez que lo has terminado, procura reflexionar sobre lo que has hecho bien y mal, las lecciones está ahí.

ENTREGA

MEDICIÓN

FINAL PROYECTO