

3. Plantillas para la implementación del Social Media Marketing Plan

SELECCIÓN DE MEDIOS SOCIALES

Investigación de mercados (e-researching)	SÍ	NO	Promoción (e-promotion)	SÍ	NO
Tagged Menéame Delicious Otros Locales Otros Verticales			Foursquare Xing Habbo Tuenti Otros Locales Otros Verticales		
Marca (e-branding)	SÍ	NO	Publicidad (e-advertising)	SÍ	NO
Google+ Slideshare Vkontakte YouTube Otros Locales Otros Verticales			LinkedIn Orkut WhatsApp Sonico Otros Locales Otros Verticales		
Producto (product e-marketing)	SÍ	NO	Distribución (e-trading)	SÍ	NO
Pinterest Flickr Bebo A Small World Otros Locales Otros Verticales			Friendster MySpace MeetUp Otros Locales Otros Verticales		
Comunicación (e-communication)	SÍ	NO	Comercialización (e/m-commerce)	SÍ	NO
Blogger Tumblr Vimeo Renren TripAdvisor Otros Locales Otros Verticales			Twitter Facebook Nuji Otros Locales Otros Verticales		

**EXPLICACIÓN DE CADA ACCIÓN
SOBRE LOS MEDIOS SOCIALES SELECCIONADOS**

Área: _____

Medio Social: _____

ACCIÓN: _____

Concepto: _____

Operativa: _____

Coste: _____

SELECCIÓN FINAL DE ACCIONES

Producto (*product e-marketing*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Marca (*e-branding*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Investigación de mercados (*markets e-research*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Distribución (*e-trade marketing*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Comercialización (*e-commerce*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Comunicación (*e-communication*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Promoción (*e-promotion*):

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

Publicidad (*e-advertising*): _____

Acción 1: _____

Acción 2: _____

Acción 3: _____

ESCENARIOS Y PRIORIZACIÓN DE ACCIONES

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)	PRIORIDAD (1-3)
Acción 1		
Acción 2		
Acción 3		
Acción 4		
Acción 5		
Acción 6		
Acción 7		
Acción 8		
Acción 9		
Acción 10		
Acción 11		
Acción 12		
Acción 13		
Acción 14		
Acción 15		

ESCENARIO CONSERVADOR

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Acción 5	
Acción 6	
Acción 7	
Acción 8	
Acción 9	
Acción 10	
Total	

ESCENARIO OPTIMIZADO

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Acción 5	
Acción 6	
Acción 7	
Acción 8	
Acción 9	
Acción 10	
Total	

ESCENARIO AGRESIVO

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Acción 5	
Acción 6	
Acción 7	
Acción 8	
Acción 9	
Acción 10	
Total	

**SELECCIÓN FINAL DE ACCIONES
TRAS OPTIMIZACIÓN DE OBJETIVOS DEL PLAN GENERAL**

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Acción 5	
Acción 6	
Acción 7	
Acción 8	
Acción 9	
Acción 10	
Total	

PRESUPUESTO

PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING

Acciones	Presupuesto	Leads	Ingresos
Acción 1			
Acción 2			
Acción 3			
Acción 4			
Acción 5			
Acción 6			
Acción 7			
Acción 8			
Acción 9			
Acción 10			
Totales			
ROI			
Compra Media Unitaria			
Índice de Repetición			
Tasa Conversión en Leads			

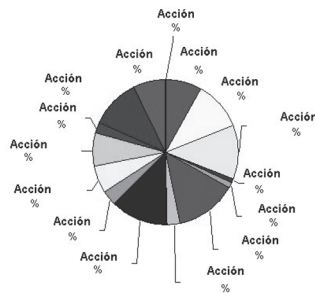
DATOS FINALES DE LA INTEGRACIÓN DE LOS PLANES SOCIAL Y DIGITAL

Acciones de Social Media Marketing

- Cobertura de la la Facturación Esperada: %?
- Consumo sobre el Presupuesto Total de Marketing Digital: %?
- ROI Total de Social Media Marketing: %?

Resto de Acciones de Marketing Digital

- Cobertura de la la Facturación Esperada: %?
- Consumo sobre el Presupuesto Total de Marketing: %?
- ROI Resto Acciones Marketing Digital: %?



Detalle visual del Coste del Plan de Social Media Marketing

**CONTROL Y SEGUIMIENTO
DEL PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING**

Calendario

TRIMESTRE: _____

Acción 1: _____

Mes de Inicio: _____

Mes de Puesta en Marcha: _____

Acción 2: _____

Mes de Inicio: _____

Mes de Puesta en Marcha: _____

Acción 3: _____

Mes de Inicio: _____

Mes de Puesta en Marcha: _____

Acción 4: _____

Mes de Inicio: _____

Mes de Puesta en Marcha: _____

Acción 5: _____

Mes de Inicio: _____

Mes de Puesta en Marcha: _____

CUADRO DE MANDO DE SOCIAL MEDIA MARKETING

ACCIONES	PRESUPUESTO (€)
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Acción 5	
Acción 6	
Acción 7	
Acción 8	
Acción 9	
Acción 10	
Total	

DETALLE DE PROVEEDORES

Proveedor: _____

Acción: _____

Especialidad: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

E-mail: _____

Web: _____

Y con esto ya está. Si has conseguido completar todas las plantillas, enhorabuena. Sólo te queda formatear toda la información de la forma más adecuada para poder escribir y presentar el nuevo Plan de Social Media Marketing de tu empresa.