PAOLA



PLANTILLA IDEAL PARA

INICIAR TU PROCESO DIGITAL

www.paolapena.com



Bienvenidos a esta presentación.
A continuación, compartiremos una propuesta diseñada por Paola Peña para comenzar el proceso de inclusión de su empresa en el ámbito del marketing digital. Por favor, ten en cuenta que esta es solo una sugerencia basada en las mejores prácticas actuales y en la experiencia de Paola. El objetivo es ayudarte a impulsar la presencia digital de tu empresa de manera efectiva.

www.paolapena.com





Análisis del **Cliente**



¿Tienes buyer personas? ¿Quién es tu cliente ideal?

Cuál es la inversión promedio de tus clientes?

¿Cuál es tu valor de la vida del cliente (LTV) promedio?

¿Cuál es tu objetivo para el LTV?

¿Por donde llegan tus clientes?

¿Donde se encuentra la mayoría de tus clientes?

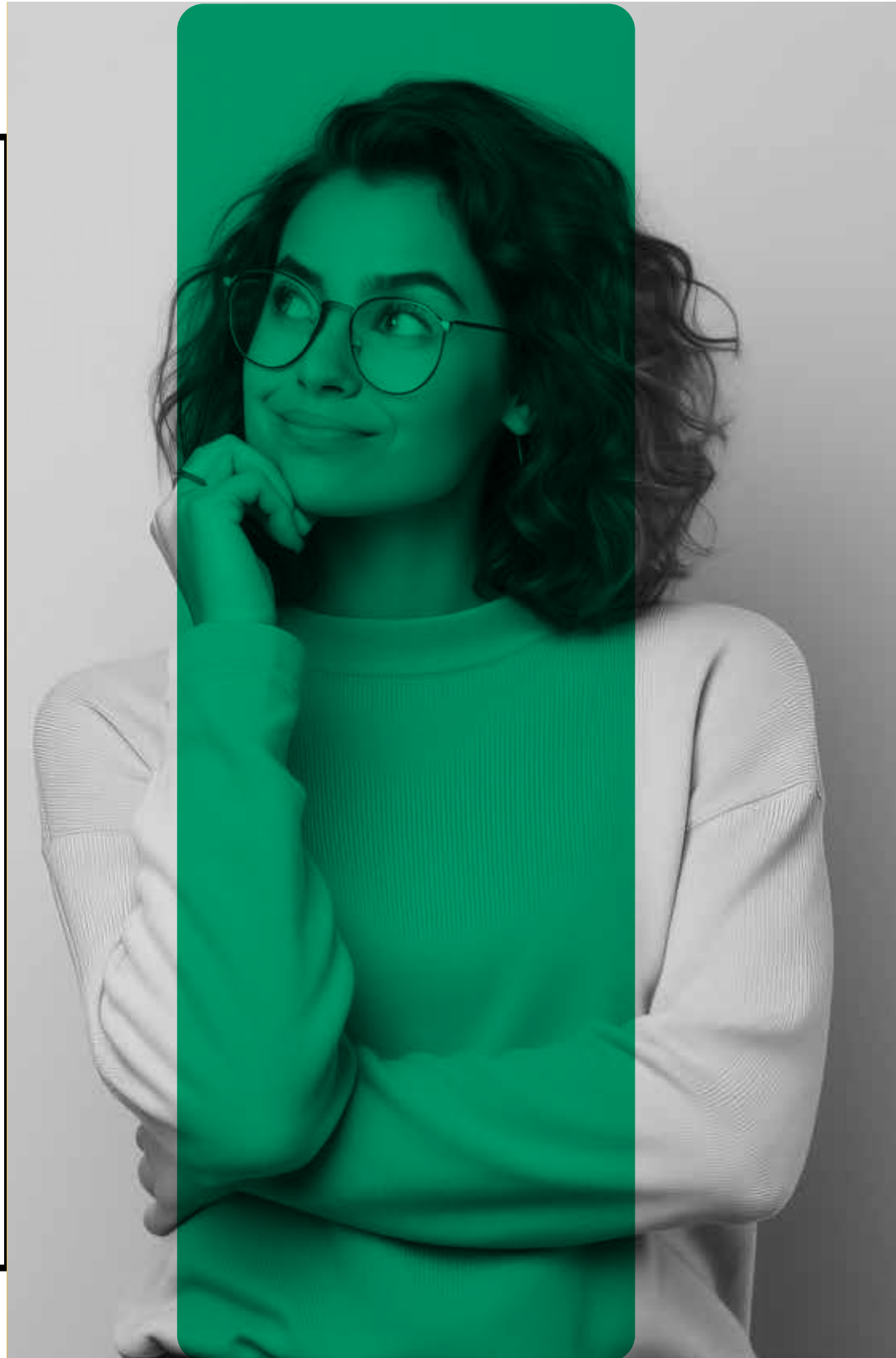
¿Cuánto te cuesta adquirir un cliente?

¿Qué retorno de la inversión (ROI) has generado con tus esfuerzos de marketing actuales? ¿En qué inviertes actualmente?

¿Qué porcentaje de tus clientes se genera gracias a los métodos online?

¿Cómo encuentras leads en la actualidad? ¿Sabes cuál es el coste por lead?

Cuál es la tasa de conversión (de tantas personas que llaman o llegan, cuantas adquieren el servicio





Valores de **Marca**

www.paolapena.com



¿Qué valores y convicciones definen tu marca?

¿Qué problemas solucionamos a tus clientes?

¿Qué acciones de retención generas para tu cliente?

¿Qué comunicación diferencial de marca hay para generar valor agregado de marca?

¿Cúal es la comunicación de la marca?



Objetivos y **Competencia**





¿Cuáles son tus tres principales competidores?

¿Cuáles son tus objetivos de ventas para este 2024 y de so cuál es el objetivo digital y en qué tiempos?

¿Qué recursos tenemos para ese cumplimiento de objetivos?

¿Cuál es tu capacidad de atención para el cumplimiento de tus objetivos?



¿Cuales crees que son los mayores desafíos que tenemos este 2024?

¿Con cuantas personas contamos para asistencia en talleres?

¿Cuales son las especialidades de cada una de estas personas?

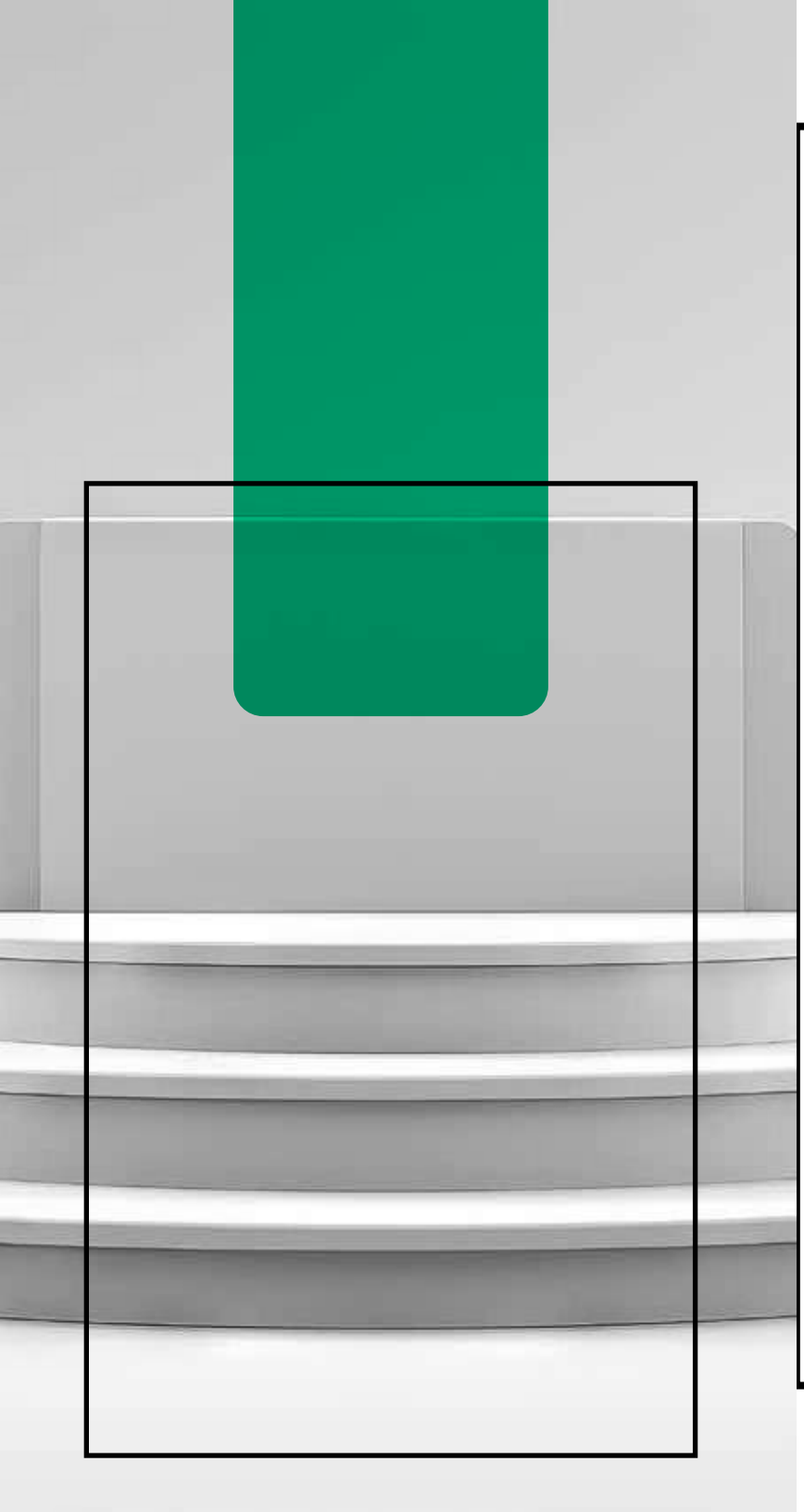
¿Cuales son los horarios de atención?

¿Cuanto es el estimado de venta promedio ?

Frente a tus ecosistemas, cuáles son tus KPI´s de alcance en el ecosistema página, lead Generation, Posicionamiento y Redes

Producto





¿Qué producto o servicios vamos a enfocarnos?

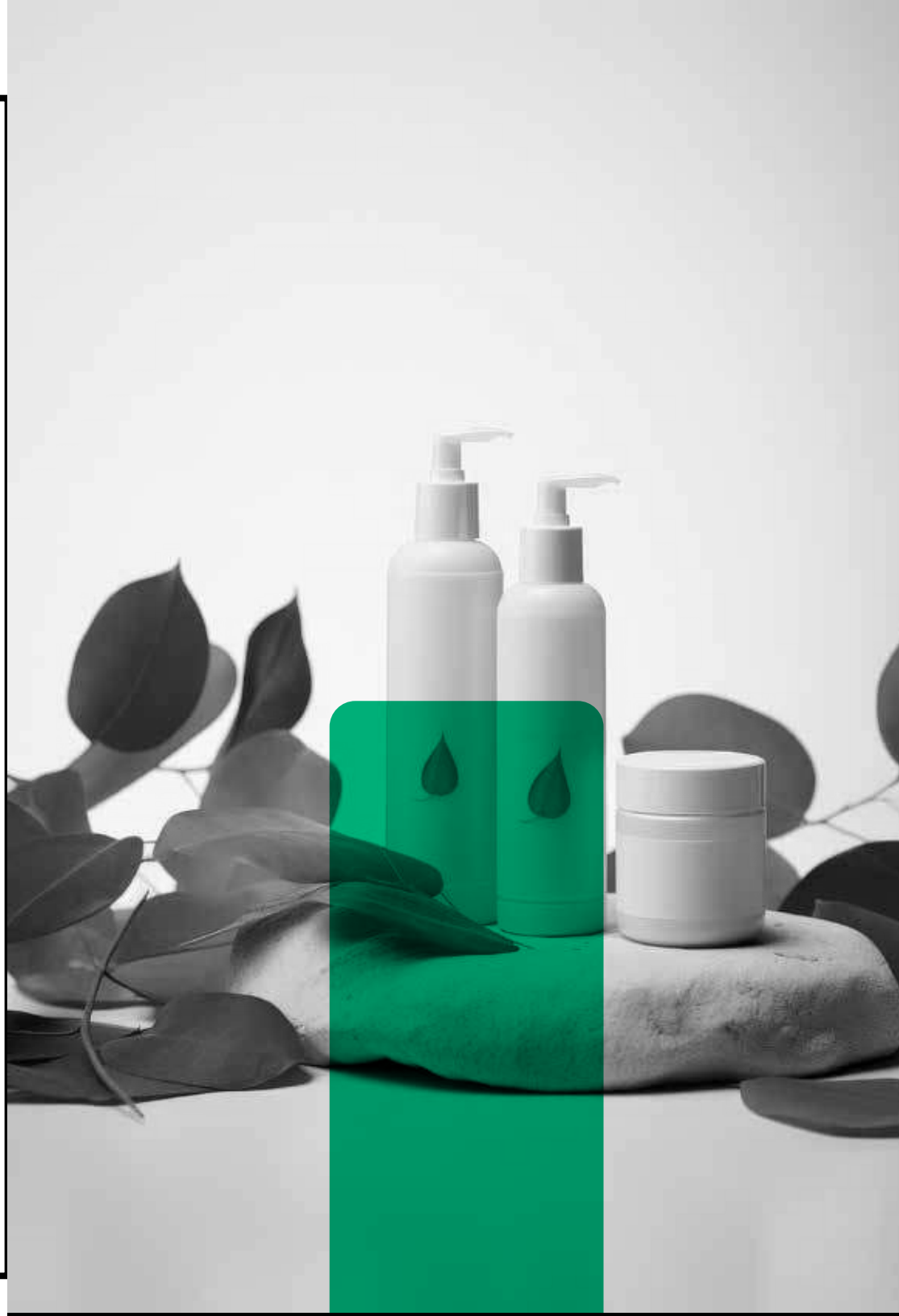
¿Cuál es tu diferencial de productos?

¿Cuales van a ser las marcas y líneas de mayor enfoque?

Cuál es tu MVP (el producto más masivo que tienes)

Promedio estimado de venta

¿Tienes un estimado promedio de venta por línea cuál es?





Gestión **Comercial**

¿Cómo es tú paso a paso de tu proceso de ventas?

¿Qué sistemas tienes para gestión de ventas?

¿Quien es la persona responsable del área comercial?

¿Con qué herramientas tecnológicas contamos para la gestión comercial?

¿Cuales son los mayores desafíos de ventas?

Cuál es el tiempo promedio que tú prospecto toma una decisión- que gestión se hace mientras eso

¿Cuales son las temporadas donde más trabajo tienen?

¿Cuáles son los meses más duros para la venta?





AUTOMATIZACIÓN

¿Qué herramientas y plataformas usas en la actualidad para tus esfuerzos de marketing?

¿Cómo hacen acompañamiento en la toma de decisiones de sus prospectos?

PAOLA



GRACIAS

www.paolapena.com