**EJEMPLO DE PLANTILLA DE
PLAN DE TRABAJO INDIVIDUAL**











|  |  |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL EMPLEADO | Lori Garcia |
| PUESTO/FUNCIÓN | Especialista en marketing |
| GERENTE INMEDIATO | Romy Bailey |
| PERÍODO DEL PLAN DE TRABAJO | Trimestral (T3: julio a septiembre) |

**OBJETIVOS**

|  |
| --- |
| **Objetivo 1: Mejorar la participación en las redes sociales** |
| RESPONSABILIDADES |
| • Desarrollar e implementar contenido atractivo en las redes sociales• Supervisar nuestros canales de redes sociales y responder las consultas |
| ACTIVIDADES |
| • Crear y programar cinco publicaciones semanales en Twitter, LinkedIn e Instagram• Ejecutar una campaña en redes sociales para aumentar la participación de los seguidores |
| RESULTADOS |
| • Aspirar a un aumento del 15% en la participación general en las redes sociales• Lograr un aumento del 20% en las interacciones con los usuarios en Twitter |
| **Objetivo 2: Estrategia de marketing de contenidos** |
| RESPONSABILIDADES |
| • Desarrollar un calendario de contenidos alineado con la estrategia de marketing• Redactar artículos de blog y boletines informativos convincentes |
| ACTIVIDADES |
| • Planificar y publicar dos blogs y un boletín informativo por mes• Colaborar con el equipo de diseño para crear contenido visual |
| RESULTADOS |
| • Aumentar el tráfico del blog en un 25% en comparación con el trimestre anterior• Lograr un aumento del 10% en las tasas de suscripción al boletín informativo |

**LÍNEA DE TIEMPO**

|  |
| --- |
| **CRONOGRAMA SEMANAL** |
| LUNES | Creación y programación de contenidos en redes sociales. |
| MARTES | Creación y programación de contenidos en redes sociales. |
| MIÉRCOLES | Creación y programación de contenidos en redes sociales. |
| JUEVES | Redacción y edición de artículos de blog. |
| VIERNES | Creación de boletines informativos y campañas |
| **HITOS MENSUALES** |
| JULIO | Lanzar nuestra campaña en redes sociales. |
| AGOSTO | Publicar artículos de blog e iniciar una renovación del boletín. |
| SEPTIEMBRE | Analizar e informar el rendimiento de la campaña. |
|  |  |
|  |  |
| **METAS TRIMESTRALES** |
| TRIMESTRE 3 | • Ampliar el alcance en las redes sociales en un 30%• Desarrollar una nueva estrategia de contenido para el cuarto trimestre |

**INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)**

|  |  |
| --- | --- |
| Objetivo: Aumento del **15%** | **KPI 1**: Tasa de participación en redes sociales |
| Objetivo: Aumento del **25%** | **KPI 2**: Crecimiento del tráfico del blog |
| Objetivo: Aumento del **10%** | **KPI 3**: Tasa de suscripción al boletín informativo |



**DESARROLLO Y APRENDIZAJE**

|  |
| --- |
| MEJORA DE HABILIDADES |
| Asistir a un seminario web sobre marketing avanzado en redes sociales. |
| PLAN DE CAPACITACIÓN |
| Inscribirse en un curso sobre desarrollo de estrategias de contenido. |



**AUTOEVALUACIÓN**

|  |
| --- |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
| Análisis mensual de nuestras perspectivas en las redes sociales. |
| REFLEXIÓN Y MEJORA |
| Reuniones de revisión mensuales para identificar nuestras fortalezas y áreas de mejora. |

**NOTAS**

|  |
| --- |
| * Considerar la implementación de una estrategia de contenido generado por el usuario
* Explorar nuevas herramientas para optimizar la creación y programación de contenidos
 |

|  |
| --- |
| **DESCARGO DE RESPONSABILIDAD**Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |