**[](https://es.smartsheet.com/try-it?trp=27601)PLANTILLA DE PLAN DE GESTIÓN DE   
PROYECTOS DE MARKETING**

NOMBRE DEL PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO DE MARKETING

Descripción del plan del proyecto de marketing

Versión 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |
| CORREO ELECTRÓNICO | | TELÉFONO |
|  | |  |
| APROBADO POR | TÍTULO | FECHA |
|  |  |  |

Índice

[1. ANTECEDENTES Y RESUMEN CREATIVO DEL PLAN DEL PROYECTO DE MARKETING 3](#_Toc186130832)

[1.1 ¿Quién se beneficiará más de este proyecto de marketing? 3](#_Toc186130833)

[1.2 ¿Qué implica este proyecto de marketing? 3](#_Toc186130834)

[1.3 ¿Cómo beneficiará este proyecto de marketing a su audiencia definida? 3](#_Toc186130835)

[1.4 ¿Qué recursos se necesitan para completar este proyecto de marketing? 4](#_Toc186130836)

[1.5 ¿Cuál es la definición de “completado” para este proyecto? 4](#_Toc186130837)

[1.6 ¿Qué desafíos u obstáculos previstos deberían abordarse antes de la puesta en marcha del proyecto? 4](#_Toc186130838)

[2. ESPECIFICACIONES DEL PROYECTO DE MARKETING 5](#_Toc186130839)

[2.1 Especificaciones de la economía del tiempo 5](#_Toc186130840)

[2.1.1 Automatización 5](#_Toc186130841)

[2.1.2 Eliminar la redundancia 5](#_Toc186130842)

[2.1.3 Mantenimiento 5](#_Toc186130843)

[2.2 Especificaciones de rendimiento 6](#_Toc186130844)

[2.2.1 Estándares de rendimiento 6](#_Toc186130845)

[3. ALCANCE DEL PROYECTO DE MARKETING: SPRINTS, HISTORIAS Y TAREAS 7](#_Toc186130846)

[4. FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE MARKETING 9](#_Toc186130847)

[5. ITINERARIO DE LA REUNIÓN DIARIA DEL PROYECTO DE MARKETING 9](#_Toc186130848)

[6. ITINERARIO DE LA REUNIÓN DE MEJORA DEL RENDIMIENTO 10](#_Toc186130849)

[7. ITINERARIO DE LA REVISIÓN DE SPRINTS 11](#_Toc186130850)

[8. ITINERARIO DE LA REUNIÓN DE RETROSPECTIVA DEL PROYECTO 12](#_Toc186130851)

# ANTECEDENTES Y RESUMEN CREATIVO DEL PLAN DEL PROYECTO DE MARKETING

Esta sección de resumen creativo le proporcionará lo básico para todos los pasos en su plan de proyecto de marketing.

## ¿Quién se beneficiará más de este proyecto de marketing?

|  |
| --- |
| Defina su audiencia. |

## ¿Qué implica este proyecto de marketing?

|  |
| --- |
| Especifique exactamente lo que se debe ofrecer. |

## ¿Cómo beneficiará este proyecto de marketing a su audiencia definida?

|  |
| --- |
| Especifique su “propuesta de valor” para el público objetivo. |

## ¿Qué recursos se necesitan para completar este proyecto de marketing?

|  |
| --- |
| Introduzca una estimación del tiempo y los recursos que implicará su proyecto de marketing. |

## ¿Cuál es la definición de “completado” para este proyecto?

|  |
| --- |
| Para beneficio de su equipo, especifique qué se considera como la finalización exitosa de un proyecto de marketing. |

## ¿Qué desafíos u obstáculos previstos deberían abordarse antes de la puesta en marcha del proyecto?

|  |
| --- |
| Indique qué factores cree que podrían ocasionar retrasos o dificultades en su proyecto de marketing. |

# ESPECIFICACIONES DEL PROYECTO DE MARKETING

Introduzca las especificaciones (requisitos) de su proyecto de marketing.

## Especificaciones de la economía del tiempo

### Automatización

|  |
| --- |
| Detalle si hay alguna forma de “automatizar” partes de su proyecto de marketing para ahorrar tiempo y esfuerzo. |

### Eliminar la redundancia

|  |
| --- |
| ¿El trabajo realizado en tu proyecto de marketing servirá para eliminar otro esfuerzo (quizás de otro proyecto)? En caso afirmativo, ¿cuál? |

### Mantenimiento

|  |
| --- |
| ¿Cómo puede su equipo ejecutar su proyecto de marketing con éxito a fin de reducir la cantidad de mantenimiento que podría requerirse de otro modo? |

## Especificaciones de rendimiento

### Estándares de rendimiento

Enumere al menos tres características de su plan de proyecto de marketing que definan cómo será su proyecto completado.

CARACTERÍSTICA 1

|  |
| --- |
|  |

CARACTERÍSTICA 2

|  |
| --- |
|  |

CARACTERÍSTICA 3

|  |
| --- |
|  |

# ALCANCE DEL PROYECTO DE MARKETING: SPRINTS, HISTORIAS Y TAREAS

Es muy probable que su proyecto de marketing tenga muchas especificaciones e “historias”. Es útil dividir este “alcance” del proyecto en fases (o “sprints”, como se les llama en la metodología Agile).

Las “historias”, o “historias del usuario”, son la forma en que usted hace referencia a lo que su audiencia prevista busca de los resultados que proporcionará su proyecto de marketing.

**Ejemplo**: “Como [audiencia prevista], quiero [x como resultado] para recibir [un valor específico]”.

Los equipos trabajan juntos en historias para determinar cómo se aplica cada historia a los resultados del plan del proyecto de marketing. Las tareas individuales se asignan a los miembros del equipo.

***Nota****: La información que sigue se puede copiar para crear sprints e historias adicionales.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOMBRE DEL SPRINT | FECHA DE INICIO | FECHA DE FINALIZACIÓN |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| NOMBRE DE LA HISTORIA |
|  |

|  |
| --- |
| Esfuerzo total de la historia para [Nombre del miembro del equipo]: [#] horas (o “puntos”)  Esfuerzo total de la historia para [Nombre del miembro del equipo]: [#] horas (o “puntos”)  Esfuerzo total de la historia para [Nombre del miembro del equipo]: [#] horas (o “puntos”)   1. [Nombre de la tarea] / [Miembro del equipo] / Nivel de esfuerzo: [#} horas / puntos - Vencimiento [#] días antes de entregar el proyecto 2. [Nombre de la tarea] / [Miembro del equipo] / Nivel de esfuerzo: [#} horas / puntos - Vencimiento [#] días antes de entregar el proyecto 3. [Nombre de la tarea] / [Miembro del equipo] / Nivel de esfuerzo: [#} horas / puntos - Vencimiento [#] días antes de entregar el proyecto 4. [Nombre de la tarea] / [Miembro del equipo] / Nivel de esfuerzo: [#} horas / puntos - Vencimiento [#] días antes de entregar el proyecto 5. [Nombre de la tarea] / [Miembro del equipo] / Nivel de esfuerzo: [#} horas / puntos - Vencimiento [#] días antes de entregar el proyecto |

# FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE MARKETING

|  |
| --- |
| Defina la fecha límite para entregar el proyecto de marketing. |

# ITINERARIO DE LA REUNIÓN DIARIA DEL PROYECTO DE MARKETING

Las reuniones diarias, o “scrum”, con todos los miembros del equipo del proyecto aseguran la entrega oportuna del proyecto de marketing. En estas reuniones, es útil que cada miembro del equipo responda las siguientes tres preguntas:

1. ¿En qué trabajó ayer para este sprint?
2. ¿En qué está trabajando hoy para este sprint?
3. ¿Qué cosas, si las hay, le impiden completar sus tareas para este sprint?

|  |
| --- |
|  |

# ITINERARIO DE LA REUNIÓN DE MEJORA DEL RENDIMIENTO

Si es necesario reunirse con un miembro del equipo que no está completando sus tareas relacionadas con el proyecto de marketing, hágale las siguientes preguntas para ayudar a realinearlo con la visión y los resultados del proyecto:

1. ¿Qué es lo que le impide completar una tarea en particular?

2. ¿Qué medidas puede tomar para garantizar que las tareas se completen según lo esperado?

3. ¿Qué sugeriría que hiciéramos para garantizar que las tareas futuras se cumplan a tiempo?

4. ¿Qué necesita de mí, o de cualquier otro miembro del equipo, para completar sus tareas?

|  |
| --- |
|  |

# ITINERARIO DE LA REVISIÓN DE SPRINTS

Al final de cada sprint, lo ideal es reunirse en equipo y revisar el proceso haciendo lo siguiente:

1. Revisar las historias que el equipo pretendía completar en el sprint.

2. Revisar el estado y el nivel de éxito de cada historia.

3. Solicitar comentarios sobre cada historia para mejorar su proceso.

|  |
| --- |
|  |

# ITINERARIO DE LA REUNIÓN DE RETROSPECTIVA DEL PROYECTO

Utilice una reunión de retrospectiva, a veces llamada “post-mortem”, para revisar el éxito de su proyecto de marketing y determinar qué podría mejorarse.

1. ¿Qué cosas del proyecto de marketing salieron bien?

2. ¿Qué debemos seguir haciendo, es decir, convertir en “estándar”, para garantizar el éxito de futuros proyectos de marketing?

3. ¿Qué podría haber salido mejor en el proyecto de marketing?

4. Para futuros proyectos de marketing, ¿qué es lo que deberíamos considerar eliminar?

5. ¿Tienen algún otro comentario o sugerencia con respecto a la mejora de nuestro proceso e implementación del plan de marketing?

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **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, la confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |