

PLANTILLA PASO A PASO · MKG EDUCATION

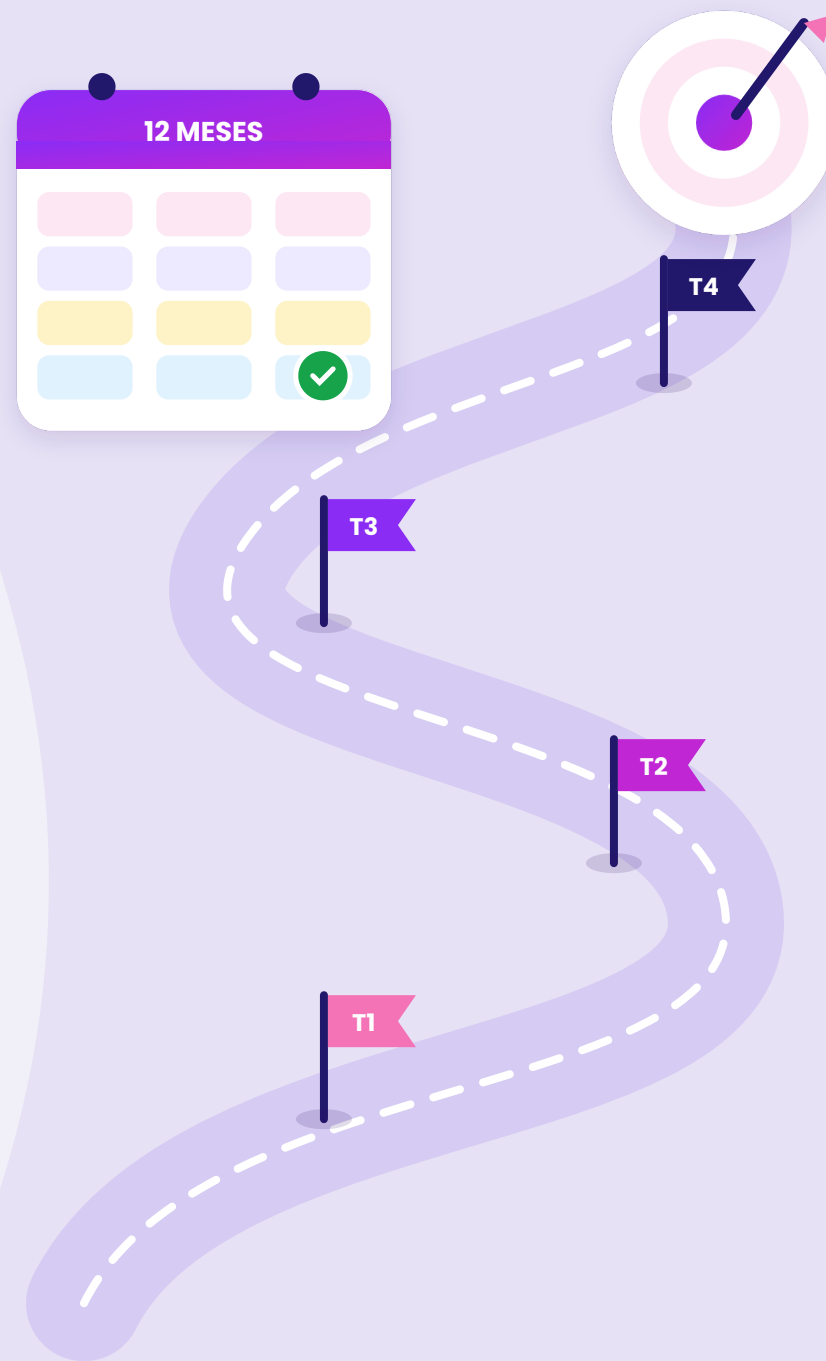
Plan de marketing digital en 12 meses.

Objetivos, calendario anual, acciones por trimestre y métricas, con páginas para rellenar. Pensada para pymes.

Objetivos

Calendario

Métricas



Cómo usar esta plantilla

Cinco bloques. Dedica una tarde a cada uno y tendrás tu plan del año.

01

Punto de partida

Dónde estás hoy, tu cliente y tu propuesta.

Pág. 3-4

02

Objetivos y canales

Metas medibles y dónde vas a trabajar.

Pág. 5-6

03

Calendario y trimestres

El año de un vistazo y el foco de cada trimestre.

Pág. 7-9

04

Campañas

Una ficha para planificar cada campaña.

Pág. 10

05

Métricas y seguimiento

Qué medir y cómo revisarlo cada mes.

Pág. 11-12



Consejos de uso

- ✓ Imprime las páginas para rellenar o escribe sobre el PDF.
- ✓ Hazlo con quien vaya a ejecutar el plan.
- ✓ Mejor pocos objetivos bien medidos que muchos a medias.
- ✓ Revisalo cada trimestre: un plan es algo vivo.



Las páginas con líneas discontinuas son para rellenar.

Las páginas 9 y 10 puedes imprimirlas tantas veces como trimestres y campañas tengas.

¿Dónde estás hoy?

Antes de planificar, haz foto de tu situación actual.

Tus canales hoy

Marca los que usas y anota cómo van.

Canal	¿Lo usas?	Seguidores / contactos	Frecuencia
 Ficha de Google	☐		
 Web / blog	☐		
 Instagram	☐		
 Facebook	☐		
 TikTok / vídeo	☐		
 LinkedIn	☐		
 Newsletter	☐		
 Otro:	☐		



Fortalezas

Lo que haces mejor que nadie

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Debilidades

Lo que hoy te frena

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Oportunidades

Lo que te favorece fuera

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Amenazas

Riesgos externos

.....

.....

.....

.....

.....

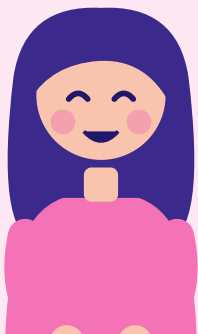
.....

.....

Tu cliente y tu propuesta

A quién le hablas y por qué debería elegirte. Todo el plan gira alrededor de esto.

TU CLIENTE IDEAL



Nombre y edad

.....

A qué se dedica

.....

Qué necesita o le preocupa

.....

.....

Dónde busca información

.....

.....

Qué le frena para comprar

.....

TU PROPUESTA DE VALOR EN UNA FRASE

Ayudamos a
a conseguir
gracias a

¿Por qué tú y no tu competencia? (3 razones)

1

.....

2

.....

3

.....

TUS PRINCIPALES COMPETIDORES

Competidor

Qué hace bien

Dónde puedes ganarle

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Objetivos SMART

Un objetivo que no se puede medir es un deseo. Conviértelos en metas concretas.



Específico

Qué exactamente



Medible

Con un número



Alcanzable

Realista para ti



Relevante

Ayuda al negocio



Temporal

Con fecha límite

EJEMPLO

“Más ventas” → “Conseguir 40 reservas al mes desde la web antes del 30 de junio”

Objetivo	Métrica	Hoy	Meta	Fecha
1				
2				
3				

Elige tus canales

Para cada objetivo, marca los canales que lo van a mover. Menos es más.

Canal	Objetivo 1	Objetivo 2	Objetivo 3	Prioridad
 Ficha de Google	☐	☐	☐	○○○
 Web y SEO	☐	☐	☐	○○○
 Instagram	☐	☐	☐	○○○
 Facebook	☐	☐	☐	○○○
 TikTok / vídeo	☐	☐	☐	○○○
 LinkedIn	☐	☐	☐	○○○
 Newsletter	☐	☐	☐	○○○
 Publicidad de pago	☐	☐	☐	○○○
 Otro: _____	☐	☐	☐	○○○



Tus recursos

Sé realista: el plan tiene que caber aquí.

Presupuesto mensual

 €

Horas a la semana

 h

Quién se encarga

Ayuda externa

Tu año de un vistazo

Fechas clave ya marcadas. Añade las de tu sector, tu ciudad y tus campañas.

Enero T1 7 · Rebajas 	Febrero T1 14 · San Valentín 	Marzo T1 19 · Día del Padre 21-28 · Semana Santa 	Abril T2
Mayo T2 2 · Día de la Madre 	Junio T2 Inicio del verano 	Julio T3 Rebajas de verano 	Agosto T3
Septiembre T3 Vuelta al cole 	Octubre T4 	Noviembre T4 26 · Black Friday 29 · Cyber Monday 	Diciembre T4 Navidad

Fechas de referencia en España para 2027. Comprueba las de tu comunidad y tu municipio.

El foco de cada trimestre

Una propuesta de hoja de ruta. Ajústala a la temporada fuerte de tu negocio.

T1

Ene – Mar

Ordena la casa

- Ficha de Google y web al día
- Guía de estilo y calendario
- Base de contactos en orden

TU FOCO

T2

Abr – Jun

Haz crecer tu audiencia

- Contenido constante en tus canales
- Primeras campañas de captación
- Newsletter en marcha

TU FOCO

T3

Jul – Sep

Mantén y prepara

- Contenido ligero de verano
- Revisa resultados del semestre
- Prepara la campaña de otoño

TU FOCO

T4

Oct – Dic

Vende y cierra el año

- Black Friday y Navidad
- Fideliza a quien ya compró
- Balance y plan del año siguiente

TU FOCO

Plantilla de trimestre

Imprímela cuatro veces. Una hoja por trimestre, con todo lo importante.

Trimestre:

T1

T2

T3

T4



Objetivo principal del trimestre



Campaña o tema principal

Qué vas a contar y por qué ahora



Fechas clave

Lanzamientos, festivos, eventos

Acciones por canal

Canal	Acción	Frecuencia	Responsable



Presupuesto



Métrica clave



Resultado

Ficha de campaña

Una por campaña. Si no cabe en esta hoja, probablemente sean dos campañas.



Nombre de la campaña



Fechas



Objetivo

¿Qué quieres conseguir?



Público

¿A quién va dirigida?



Mensaje clave

Lo que debe recordar

Canales y piezas



Ficha de Google



Web / blog



Instagram



Newsletter



Facebook



Publicidad



TikTok / vídeo



Otro



Presupuesto y resultado

Presupuesto

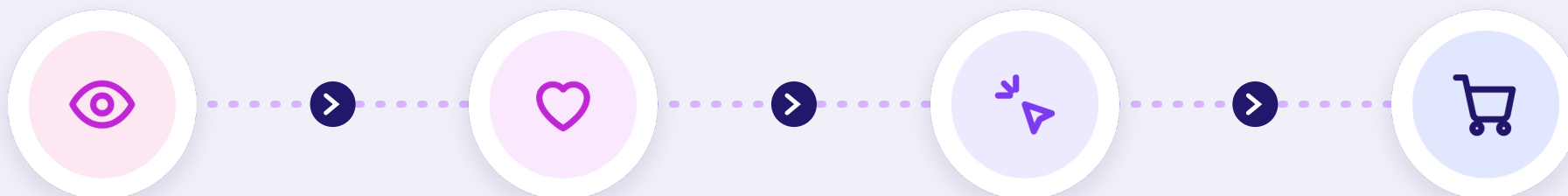
Métrica

Meta

Resultado final

Las métricas que importan

Mide en función de tu objetivo, no de lo que es más fácil de contar.



Visibilidad

¿Te ven?

Alcance

Impresiones

Visitas a la web

Vistas de la ficha de Google

Interacción

¿Les interesa?

Interacciones (engagement)

Comentarios y mensajes

Guardados y compartidos

Tasa de apertura de emails

Captación

¿Te dejan sus datos?

Nuevos contactos

Clics en enlaces (CTR)

Llamadas y solicitudes

Suscriptores a la newsletter

Ventas

¿Te compran?

Ventas o reservas

Tasa de conversión

Coste por cliente

Retorno de la inversión (ROI)



Elige 1 o 2 métricas por objetivo, y mídelas siempre igual.

Los seguidores y los "me gusta" dicen poco si tu objetivo es vender.

Cuadro de mando y revisión

Apunta tus métricas cada mes y revisa el plan al cerrar cada trimestre.

Métrica	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D



¿Qué ha funcionado?

Repítelo y dale más peso.



¿Qué no ha funcionado?

Entiende por qué antes de descartarlo.



¿Qué cambias?

Una o dos decisiones para el próximo trimestre.

Tu plan, dentro de MKG Suite

Pasa de la plantilla en papel a un plan vivo, con campañas, calendario y resultados juntos.



Campañas con objetivo

Organiza el trabajo en campañas, o publica de forma independiente.



La IA te ayuda a planificar

Propone ideas, estructura campañas y sugiere qué publicar en cada canal.



Calendario editorial único

Toda tu estrategia de contenido en 10 canales, sobre un mismo calendario.



Catálogo vinculado

Relaciona cada producto con tus campañas y publicaciones.



Audiencias segmentadas

Públicos por perfil, geografía y comportamiento.



Analytics unificados

Los resultados de todos los canales en un solo panel, sin informes a mano.



12 MESES, UN SOLO LUGAR

Planifica el año. Ejecútalo sin caos.

Crea tu cuenta gratuita en MKG Suite y convierte esta plantilla en campañas, calendario y resultados.

Crea tu cuenta gratuita

Sin tarjeta de crédito · Cancela cuando quieras

