**Plan de Marketing digital – Clase 1**

**Brief de tu estrategia**

Antes de empezar tu estrategia, debes solicitarle un brief a la empresa para la cual trabajarás, o en cualquier caso, llenar el brief tú mismo. Recuerda que todo debe girar alrededor de tres elementos claves: el proyecto, quién lo elabora y quién lo interpreta. Te será muy fácil trabajar con esta guía:

**Empresa escogida:** (Nombre de la empresa con la cual vas a trabajar)

**Contexto**

* Toda la información de la marca o producto:
* Los valores o principios de la empresa:

**Objetivos**

* El tipo de campaña que trabajarás (Branding – Performance):

**Requerimiento**

* Puntualmente, ¿qué se necesita? (Ej: una campaña, administración de redes, ejecución de canales, etc).

Ejemplo:

* Crear redes sociales
* Armar y publicar un contenido llamativo en servicios y de valor, mostrando evidencias de los trabajos que se han hecho con el fin de crear confianza en las personas.
* Crecimiento: Con el fin de lograr ese reconocimiento de marca en la ciudad, en empresas y personas.
* Aumentar las ventas
* Aumentar interacción entre usuario y la marca

**Presupuesto:**

¿De cuanto será tu presupuesto para elaborar tus campañas de marketing digital?

**Cronograma**

* Desglose de los entregables (fechas de ejecución y fecha de análisis)

Fase del proyecto un mes

Semana 1:

Semana 2

Semana 3

Semana 4

**Conclusiones**