

ESTRATEGIA DE MARKETING Y CONTENIDOS

Plantilla de plan de marketing 2027

Los 7 pasos para construir tu plan de marketing 2027, con espacio para completar cada sección con tu propia información.

01

Antes de llenar tu plan

Esta plantilla sigue el mismo orden que la guía: diagnóstico y objetivos primero, canales y presupuesto después, nunca al revés. Llenar los pasos fuera de orden es la razón más común por la que un plan de marketing termina siendo una lista de tácticas sueltas en lugar de una herramienta de trabajo.

Usa el checklist de la página siguiente para reunir la información que vas a necesitar antes de empezar a escribir — te va a ahorrar tener que detenerte a mitad del proceso.

02

Los 7 pasos de tu plan de marketing 2027

- 1 Diagnóstico: qué funciona hoy, qué canales generan resultado real y con qué recursos cuentas de verdad.
 - 2 Objetivos: traduce el objetivo de negocio (crecer ventas, por ejemplo) en un objetivo de marketing medible y propio del área.
 - 3 Buyer persona y propuesta de valor: quién compra hoy, por qué, y qué te hace la opción correcta para esa persona.
 - 4 Canales y tácticas: elige pocos canales bien ejecutados en lugar de muchos canales ejecutados a medias.
 - 5 Calendario y presupuesto: constrúyelos juntos, mes por mes, incluyendo un porcentaje reservado para pruebas.
 - 6 Métricas: una meta numérica y una frecuencia de revisión para cada objetivo, definidas antes de ejecutar.
 - 7 Ejecución documentada: responsable y fecha junto a cada acción del calendario, con revisión mensual.
-

03

Checklist de insumos que necesitas antes de empezar

- ☐ Datos de tráfico y conversión de tu sitio web de los últimos 3-6 meses.
- ☐ Lista de canales que usas hoy y cuánto tiempo o presupuesto consume cada uno.
- ☐ Origen real de tus últimos 10-20 clientes (no supuestos, registro real si lo tienes).
- ☐ Objetivo de negocio del siguiente periodo, en un número concreto.
- ☐ Presupuesto total disponible para marketing en el periodo que estás planeando.
- ☐ Dos o tres competidores directos y qué están comunicando hoy.
- ☐ Nombre de quién sería responsable de ejecutar cada canal considerado.

04

Plantilla: estructura de tu plan de marketing 2027

SECCIÓN	QUÉ DEFINE	PREGUNTA GUÍA
1. Diagnóstico	Punto de partida real de la marca	¿Qué está funcionando hoy y qué no?
2. Objetivos	La meta de negocio traducida a marketing	¿Qué número de negocio debe mover esto?
3. Buyer persona	A quién le hablas y por qué te elegiría	¿Quién decide, y qué necesita ver primero?
4. Canales y tácticas	Dónde y cómo vas a ejecutar	¿Dónde está mi buyer persona en cada etapa?
5. Calendario y presupuesto	Cuándo y con cuánto	¿Qué se publica o ejecuta cada mes, y a qué costo?
6. Métricas	Cómo vas a saber si funcionó	¿Qué meta numérica tiene cada objetivo?
7. Ejecución	Quién hace qué y para cuándo	¿Quién es responsable de cada pieza del calendario?



**La inteligencia artificial no reemplaza a
tu equipo, lo multiplica.**

¿Hablamos de tu próximo proyecto?

contacto@continentalmedia.com.mx · continentalmedia.com.mx