

Guía práctica: Plan de marketing en 1 página



Introducción

Soy Gaby Dobler, Lic. en Administración y Especialista en Gestión de Pymes (UBA), Strategy Advisor y fundadora de GD Consultora.

Diseñé esta guía pensando en emprendedores y PYMEs que necesitan tener su estrategia de marketing clara, concreta y aplicable.

El Plan de Marketing en una Página es una metodología simple, poderosa y efectiva para ordenar tus ideas, priorizar acciones y mantener el foco.

Acá vas a encontrar una estructura de trabajo que te permite definir tu estrategia en solo 9 bloques clave.

¿Qué es el Plan de marketing en 1 página?

Esta metodología divide tu marketing en tres fases principales:

- ANTES (captar atención)
- DURANTE (convertir interés en ventas)
- DESPUÉS (fidelizar y crecer)

Cada fase contiene 3 bloques de decisiones estratégicas. El objetivo es que puedas trabajar tu marketing de manera simple, con foco en lo importante y efectiva.

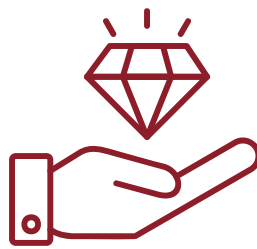
¿Cómo hacerlo?

Primero tenés que tener claro:

Para completar cada bloque de tu Plan de Marketing en una Página, te recomiendo repasar estos conceptos clave de tu negocio: propuesta de valor, modelo de negocios, política de precios, etc. Trabajarlos te ayudará a tener un plan más realista y accionable.



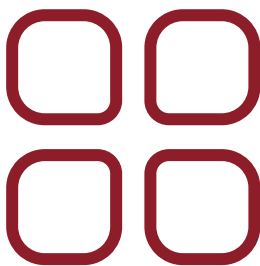
Características de tus productos y servicios



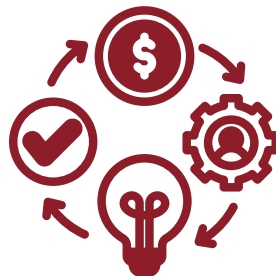
Cuál es tu Propuesta de valor.



Clientes ideales (características)



Rubros a los que te dirigís o si es consumidor final



Tu modelo de negocios



Tu Política de precios

Luego en una hoja respondé estas preguntas por fase (no te saltees ninguna):

Fase 1 – ANTES (Captar atención)

1. Mercado objetivo: ¿A quién te dirigís exactamente?

💬 Ejemplo: Profesionales de la salud que quieren mejorar su presencia online.

✅ Aclaración estratégica: Cuanto más específico seas, más eficaz será tu mensaje.

2. Mensaje: ¿Qué problema resolvés y cómo lo comunicás?

💬 Ejemplo: Ayudo a médicos independientes a captar pacientes a través de estrategias digitales personalizadas.

✅ Aclaración estratégica: Tu propuesta debe hablar más de los beneficios que de tus servicios o productos.

3. Medios: ¿Dónde vas a transmitir tu mensaje?

💬 Ejemplo: LinkedIn, Instagram Ads, email marketing segmentado.

✅ Aclaración estratégica: Elegí pocos canales y hacelo bien, en lugar de estar en todos lados sin estrategia.

Fase 2 – DURANTE (Convertir interés en ventas)

4. Estrategia de atracción: ¿Cómo captás interesados?

💬 Ejemplo: Publicaciones educativas semanales en LinkedIn + lead magnets descargables.

✅ Aclaración estratégica: No vendas en frío. Primero generá valor.

5. Estrategia de conversión: ¿Cómo los convertís en clientes?

💬 Ejemplo: Ofrezco una reunión diagnóstica gratuita para entender necesidades específicas.

✅ Aclaración estratégica: La conversión no es solo venta: es construir confianza.

6. Entrega de valor: ¿Cómo hacés la entrega efectiva de tu producto o servicio?

💬 Ejemplo: Entrego reportes personalizados con acciones concretas de implementación en 15 días hábiles.

✅ Aclaración estratégica: La experiencia de entrega define si tu cliente vuelve o no.

Fase 3 – DESPUÉS (Fidelizar y crecer)

7. Incremento de valor: ¿Cómo aumentás el ticket promedio?

💬 Ejemplo: Ofrezco servicios complementarios de seguimiento trimestral.

✅ Aclaración estratégica: Pensá en extensiones naturales de tu servicio que agreguen valor real.

8. Generación de referencias: ¿Cómo incentivás las recomendaciones?

- 💬 Ejemplo: Sistema de referidos: por cada cliente recomendado, un mes de consultoría gratis.
- ✅ Aclaración estratégica: Pedir recomendaciones es parte activa de tu estrategia, no algo casual.

9. Métricas: ¿Cómo medís y ajustás tus resultados?

- 💬 Ejemplo: Mido tasa de conversión de prospectos a clientes y retención post 3 meses.
- ✅ Aclaración estratégica: Sin medir, no podés saber qué mejorar ni qué repetir.

ERRORES QUE TENÉS QUE EVITAR

Lo que tal vez estás haciendo	Cómo podés evitarlo
Planificar solo en la mente	✗ Pensar en ideas sueltas no es planificar. ✓ Escribir los bloques te obliga a tomar decisiones reales.
Enfocarse solo en vender y olvidarse del después	✗ Muchos negocios invierten en atraer clientes, pero no en fidelizarlos. ✓ Esta herramienta estructura el ciclo completo: antes, durante y después.
Complicar el mensaje	✗ Un mensaje que nadie entiende, no vende. ✓ La hoja te ayuda a simplificar, clarificar y enfocarte en lo que importa.
Ejecutar sin medir	✗ Sin indicadores claros, no sabés qué funciona. ✓ El último bloque te recuerda medir, ajustar y crecer.
Tratar a todos los clientes igual	✗ No todos tus prospectos necesitan lo mismo. ✓ Definir tu mercado objetivo desde el principio te da ventaja competitiva.

Planificar en una sola hoja no es simplificar tu estrategia. **Es clarificar tu crecimiento.**

Al concentrarte en estos 9 bloques clave y evitar los errores comunes, estarás en una posición sólida para desarrollar una estrategia de marketing efectiva que impulse el crecimiento de tu negocio. Recordá que el enfoque es clave; cada decisión debe alinearse con tus objetivos generales y contribuir al éxito de tu empresa.

¿Querés trabajarlo en forma personalizada?

Desde GD Consultora ayudamos a emprendedores y empresas a implementar este modelo adaptado a su realidad. Somos resultadistas. Eso significa que nos enfocamos en tu crecimiento.

Whatsapp: 11 3305-9502
www.gdconsultora.com.ar