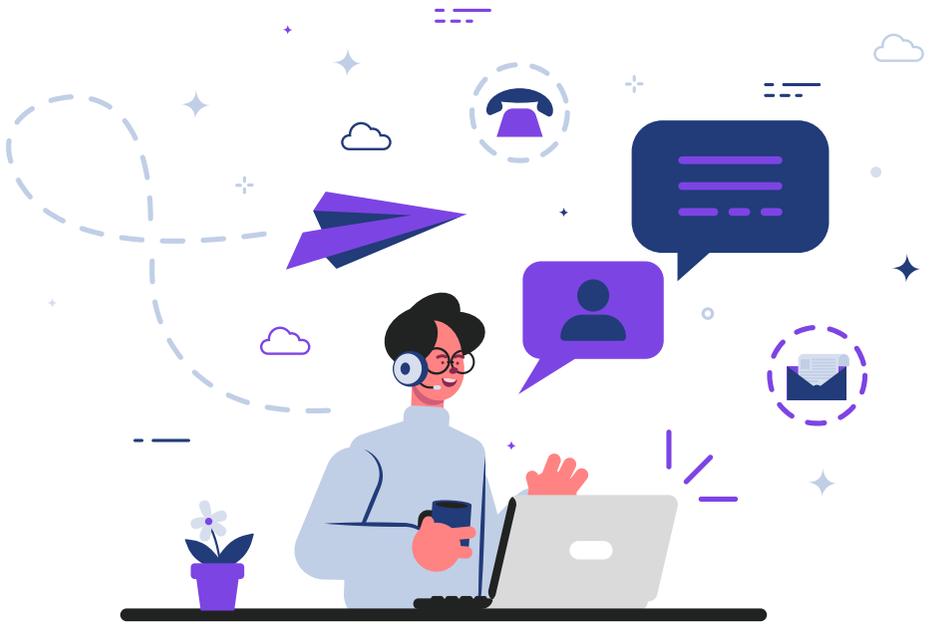


Guía práctica

¿Cómo elaborar un plan de medios perfecto?



Introducción

El resultado exitoso de las estrategias digitales que implementas en tu negocio responde a una variedad de elementos. Uno de ellos, es la creación de un plan de medios que esté alineado con tus objetivos, audiencias y mensaje. Si buscas las herramientas adecuadas para elaborar uno, ¡sigue estos 8 pasos!

Contenido

3

· Introducción

7

- Define tus objetivos
- Analiza tu público objetivo

8

· Desarrolla una estrategia

9

- Elige el medio al que te dirigirás
- Define los formatos a utilizar

10

- Asigna un presupuesto
- Crea un calendario/timing

11

- Mide y analiza tus resultados
- Conclusión

1. Define tus objetivos

Comienza por definir hacia dónde quieres llegar. Responde a la siguiente pregunta:

¿Qué pretendes conseguir con tu plan de medios?

- Dar a conocer tu oferta.
- Crear conciencia de marca.
- Fidelizar clientes.
- Hacer una oferta irresistible.

¡Ya lo sabes! Define tu objetivo, considera estos ejemplos e identifica a dónde quieres ir. Esto es crucial para condicionar las siguientes etapas del plan y determinar los recursos que necesitarás para ejecutarlo.



2. Analiza tu público objetivo

Clasifica y segmenta tus públicos de acuerdo a tu oferta. ¡Olvídate de venderle a todos! Evita perder tus recursos y el esfuerzo de tu equipo. Selecciona correctamente tu target en el plan de medios. Ayúdate dando respuesta a estas preguntas:

- ¿Dónde se encuentra tu cliente ideal?
- ¿Cómo es?
- ¿Qué le gusta?
- ¿Dónde vive?
- ¿Cuáles son sus intereses?
- ¿Cómo y dónde consume?

Aprende a reconocer cómo piensa y qué busca tu público. Envía mensajes correctos y oportunos, a través de los medios adecuados.



3. Desarrolla una estrategia

Una vez definidos los objetivos y públicos, podrás armar tu estrategia. ¿Quieres desarrollar una que sea exitosa? Para esto será importante que identifiques “qué” se debe comunicar (se vincula con tu objetivo) y “cómo” comunicarlo (fase posterior a la construcción de tu mensaje).



4. Elige el medio al que te dirigirás

Maximiza el impacto de tu plan de medios y estrategia. Haz uso efectivo de las plataformas digitales o tradicionales, de acuerdo a lo que quieres alcanzar. Apóyate en los públicos que has segmentado y responde: ¿Dónde suele consumir contenido tu target? Toma nota de estas pistas y selecciona tus medios de manera estratégica. Para esto, estudia aspectos como: penetración del medio, niveles de cobertura, segmentación geográfica, y posibilidades comerciales conforme a tus públicos y objetivos.



5. Define los formatos a utilizar

Tamaños, composición gráfica, visibilidad, recursos para producir el contenido. Estos son los aspectos que debes determinar al momento de responder a la pregunta: ¿Cuál es el formato publicitario que se adapta a los objetivos de mi plan de medios?



6. Asigna un presupuesto

Ten un presupuesto establecido para tu plan de medios y distribúyelo, de acuerdo a los canales elegidos. Asigna y distribuye. Pero, sobre todo prioriza tus recursos económicos conforme a los lugares donde creas tener mejores resultados. ¡Asegúrate de invertir tu presupuesto pensando en tus audiencias!

7. Crea un calendario/timing

¡Llegó la hora! Distribuye el tiempo de ejecución de tu plan de medios. Decide fechas y periodicidad de tus acciones. Destaca los momentos donde tienes menor cantidad de ventas, ofertas especiales de temporada, fiestas locales o internacionales afines con lo que haces. Descarga toda esta información en un formato de timing de tus estrategias.



8. Mide y analiza tus resultados

Canaliza todas tus acciones hacia la fase de analítica y métricas. Este será el momento donde evalúas resultados de efectividad de la campaña y el valor de retorno de inversión de todas las acciones emprendidas en el plan de medios.



Conclusión

¿Preparado para emprender tu primer plan de medios?

Elaborar un plan de medios perfecto amerita que identifiques lo que quieres lograr. ¡Luego deberás dar la dirección correcta a tus esfuerzos! Esta será tu base de acción para comenzar a ejecutar, ver resultados y optimizar tus campañas a futuro.

¿Tienes objetivos por conseguir en tu empresa? ¡Arma tu plan de medios!

RATINGS AND TOPS



Brainstorming

ANALYTICS