

PLAN ESTRATEGICO DE TRABAJO									
VISIÓN ESTRATÉGICA	ÁREA CLAVE	ESTRATEGIAS - ACTIVIDADES	OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA Responde al POR QUÉ?	ACCIONES Responde al CÓMO	METAS Responde al QUÉ	INDICADOR (KPI que impacta)	PROGRAMACIÓN Responde al CUÁNDO	RESPONSABLE Responde al QUIÉN	RECURSOS REQUERIDOS
En este espacio, se debe indicar la visión estratégica de la empresa, a la cual se pueda aportar desde el plan de trabajo en el tiempo de ejecución propuesto.	COMERCIAL	Estrategia de Marketing Digital	Atraer al menos 10 nuevos clientes en los próximos 3 meses.	Desarrollar una estrategia de marketing de contenido para atraer clientes potenciales a través de blogs y redes sociales.	Publicar al menos 6 blogs informativos y obtener 50 nuevos seguidores.	Número de blogs publicados y tráfico en redes sociales	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de marketing y ventas Sistema de seguimiento y gestión de referidos Presupuesto para publicidad en línea y promociones
				Ejecutar campañas de publicidad en línea dirigidas a pequeñas y medianas empresas.	Generar al menos 100 leads cualificados.	Número de leads generados.	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de marketing y ventas Sistema de seguimiento y gestión de referidos Presupuesto para publicidad en línea y promociones
				Implementar un programa de referencia donde los clientes actuales puedan referir nuevos clientes a cambio de incentivos.	Obtener al menos 5 nuevos clientes a través de referidos.	Número de nuevos clientes a través de referidos.	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de marketing y ventas Sistema de seguimiento y gestión de referidos Presupuesto para publicidad en línea y promociones
	COMERCIAL	Aumento de Ventas	Aumentar las ventas en un 15% durante los próximos 3 meses.	Realizar un análisis de ventas y ofrecer descuentos o promociones para servicios específicos con bajo rendimiento.	Aumentar las ventas de servicios con bajo rendimiento en un 20%.	Crecimiento en ventas de servicios específicos	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Equipo de ventas y sistema de gestión Sistema de seguimiento y gestión de referidos Presupuesto para publicidad en línea y promociones
				Implementar un programa de lealtad para clientes existentes, ofreciendo beneficios adicionales por su continuo negocio.	Incrementar las ventas recurrentes en un 10%.	Crecimiento en ventas recurrentes	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Equipo de ventas y sistema de gestión Sistema de seguimiento y gestión de referidos Presupuesto para publicidad en línea y promociones
	COMERCIAL	Establecimiento de Nuevas Alianzas Estratégicas	Establecer al menos 2 nuevas alianzas estratégicas con empresas complementarias en el sector contable y financiero.	Identificar y analizar empresas complementarias que podrían convertirse en socios estratégicos.	Identificar al menos 10 posibles socios	Número de posibles socios identificados.	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de relaciones públicas y negociación Tiempo y presupuesto para las reuniones y negociaciones con
				Iniciar conversaciones y negociaciones con las empresas seleccionadas para explorar oportunidades de colaboración	Realizar al menos 5 reuniones exploratorias con socios potenciales	Número de reuniones realizadas	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de relaciones públicas y negociación Tiempo y presupuesto para las reuniones y negociaciones con socios potenciales
				Establecer acuerdos formales de colaboración con al menos 2 socios estratégicos seleccionados.	Concretar alianzas estratégicas con 2 socios.	Número de alianzas concretadas	Octubre 9 a Dic 10	CLAUDIA RUA	Personal de relaciones públicas y negociación Tiempo y presupuesto para las reuniones y negociaciones con socios potenciales

**Nota: Esta información**  
Se debe priorizar el área