

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	Aumento del Número de Clientes	Atraer al menos 20 nuevos clientes en los próximos 3 meses.	Estrategia de Marketing Local	Realizar una campaña de marketing digital.	Número de camapañas relizadas y clientes recibidos a traves de las campañas		Cristian Cardona Hoyos	Personal de marketing y ventas Presupuesto para publicidad local y promociones.
				Programa de Referidos de Clientes Actuales	Implementar un programa de referidos donde los clientes actuales pueden recomendar a nuevos clientes a cambio de incentivos	Número de nuevos clientes a través de referidos y número de referidos por cliente existente.		Cristian Cardona Hoyos	Sistema de seguimiento de referidos
	COMERCIAL	Aumento de Ventas	Aumentar las ventas en un 15% durante los próximos 3 meses	Llamado y Agendamiento de Citas	Llamar a 500 clientes existentes para verificar el kilometraje de sus vehículos y agendar citas para servicios de mantenimiento programados	Número de llamadas realizadas, citas agendadas y ventas generadas a través de esta acción		Cristian Cardona Hoyos	Personal de ventas y llamadas para la acción de llamado y agendamiento de citas. Equipo de ventas y sistema de gestión de clientes
				Promociones y Descuentos	Ofrecer descuentos especiales para ciertos servicios y promociones para fomentar ventas adicionales.	Crecimiento en ventas de servicios promocionados.		Cristian Cardona Hoyos	Personal de ventas y llamadas para la acción de llamado y agendamiento de citas. Equipo de ventas y sistema de gestión de clientes
	COMERCIAL	Establecimiento de Nuevas Alianzas Estratégicas	Establecer al menos 2 nuevas alianzas estratégicas con proveedores de repuestos o empresas complementarias en el sector automotriz	Identificación de Socios Potenciales	Identificar y evaluar posibles socios estratégicos que puedan ofrecer repuestos de calidad o servicios complementarios	Número de socios potenciales identificados y evaluados		Cristian Cardona Hoyos	Personal de relaciones públicas y negociación Tiempo y recursos para las reuniones y negociaciones con socios potenciales.
				Inicio de Conversaciones y Negociaciones	Iniciar conversaciones y negociaciones con los socios estratégicos seleccionados para explorar oportunidades de colaboración.	Número de reuniones iniciales y avances en las negociaciones.		Cristian Cardona Hoyos	Personal de relaciones públicas y negociación Tiempo y recursos para las reuniones y negociaciones con socios potenciales.

Nota: Esta información
Se debe priorizar el área