

Ing. Marketing  
Oferta de tu producto o servicio  
Fase de atracción → Valor  
Marca ¿Qué ofrecemos?  
Parte → Comunicar  
↓  
Contenido Promocional  
oferta Seductora

- \* Estructura
  - Nombre Producto o Servicio
  - Características (Descripción del P/S)
  - ¿Qué vende? ¿A quién vende?
  - Beneficios
  - ¿Qué resultados van a obtener?
  - Precio
  - Toda una gama

### Plan Operativo ≠ Plan estratégico

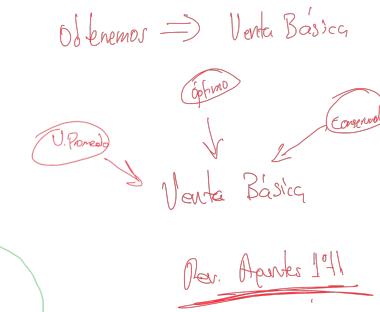
llamado a las acciones que hay que hacer

Parte de los objetivos operativos

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva de procesos
- Perspectiva de capacidades

AÑO

1. Identificación de Objetivos Operativos ⇒ Específicos, Asociados, Positivos
2. Identificación de Recursos y Recursos
3. Fijación de límites de tiempo ⇒ Activas Pequeñas Agilidad
4. Identificación Principales Obstáculos ⇒ Identificación → Min Riesgos
5. Identificación de Vulnerabilidades y Conocimiento ⇒ Personas
6. Identificación de personas implicadas ⇒ Contratar Personas
7. Desarrollo plan de acción ⇒ Gant u otro



## ★ Google Trends ★

