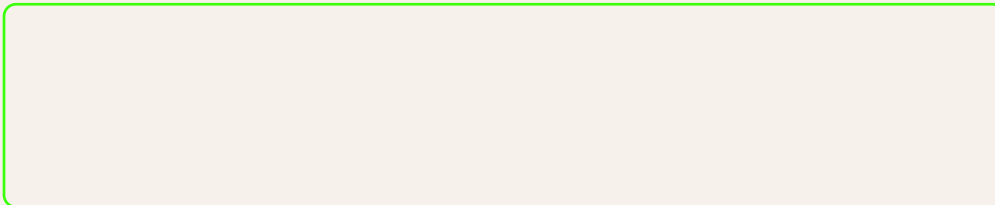




Instrucciones de uso

# Libro de trabajo para construir tu plan de marketing B2B

- En cada hoja encontrarás una instrucción y contextualización de cada actividad que debes realizar.



- Tendrás a tu disposición un ejemplo donde podrás usar el esquema o metodología para desarrollar el plan de manera personalizada para tu compañía o proyecto personal.
- Es importante que cada ejercicio lo desarrolles en compañía de cada clase del curso.

[Aquí tienes un ejemplo](#)

- Si tienes alguna duda o requieres de asesoría para diligenciar tu workbook puedes contactar al teacher a través de los módulos de cada clase o en Linkedin.

1. Dibuja tu ecosistema digital

# Ecosistema Digital

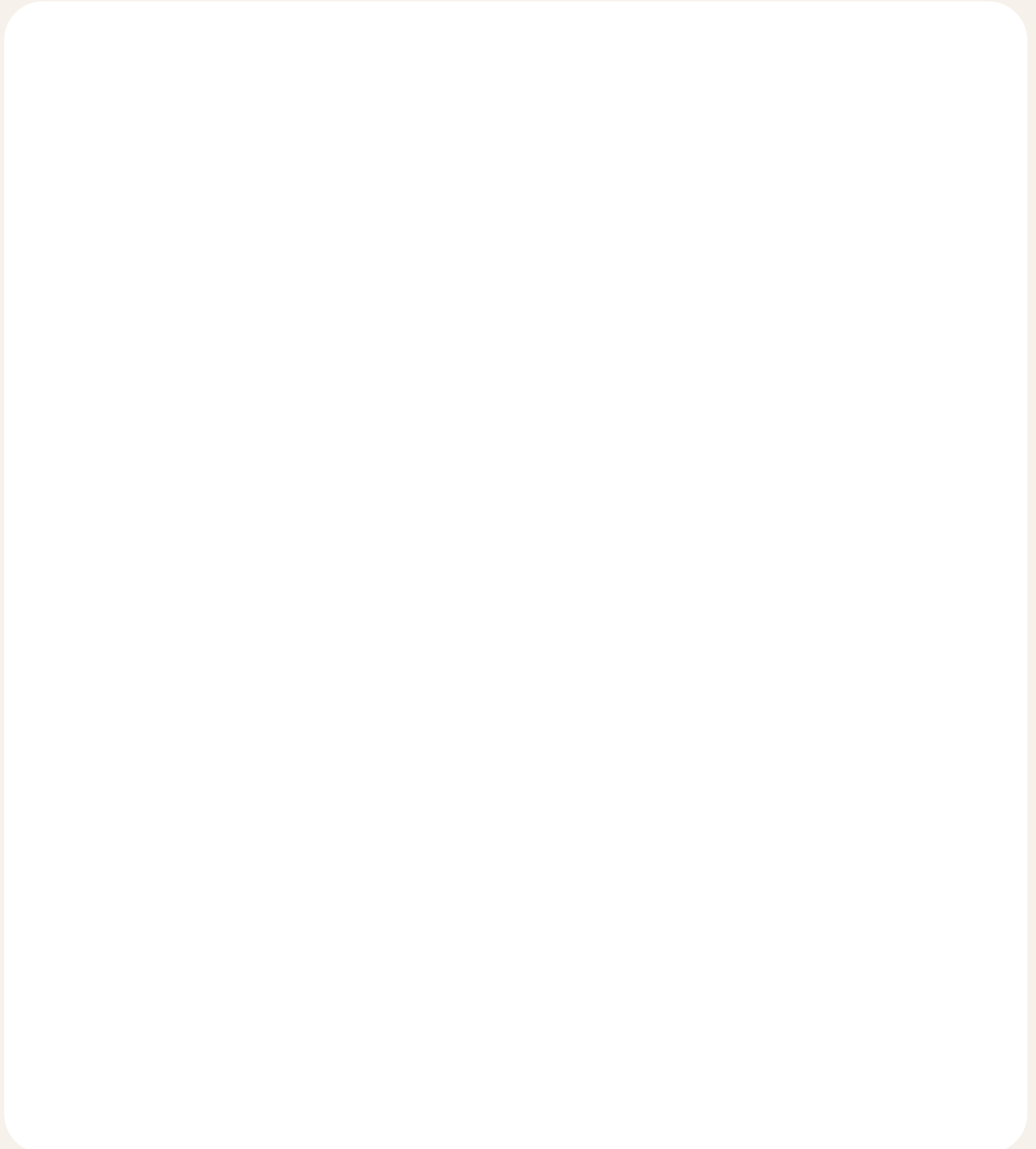
[Aquí tienes un ejemplo](#)



2. Dibuja y construye tu mapa de comunicaciones

# Mapa de comunicaciones


[Aquí tienes un ejemplo](#)



3. Escribe los objetivos más acertados

# Ciclo de objetivos

[Aquí tienes un ejemplo](#)



4. Estructura a detalle la audiencia correcta

# Construye tu segmentación

[Aquí tienes un ejemplo](#)



5. Evalúa como organizar las responsabilidades de tu área de marketing B2B

# Triángulo de proporcionalidad

[Aquí tienes un ejemplo](#)



6. Identifica el conocimiento que  
posicionará tu compañía.

# Matriz de Contenidos

[Aquí tienes un ejemplo](#)



7. Dibuja el flujo adecuado para captar tus leads

# Sistema de Distribución y funnels

[Aquí tienes un ejemplo](#)



8. Construye la conversación comercial entre marketing y ventas.

# Flujo Conversacional para B2B

[Aquí tienes un ejemplo](#)

**Mensaje Saludo inicial:**

**Mensaje reactivación chat:**

**Mensaje presentación comercial:**

**Mensaje difusión contenido:**

9. Dibuja y selecciona la distribución e impacto del contenido en diferentes formatos

# Objetivos Multicanal para la compañía

[Aquí tienes un ejemplo](#)



10. Crea e identifica la lista de responsabilidades compartidas entre áreas.

# Marketing + Ventas B2B

[Aquí tienes un ejemplo](#)

Tareas área marketing

Tareas área ventas

11. Desarrolla en una sesión de trabajo en equipo el reconocimiento de producto/servicio

# Whitelabel Marketing B2B

[Aquí tienes un ejemplo](#)



12. Identifica el tiempo y etapas de conversión de una venta corporativa.

# Deadline Sales & Marketing

[Aquí tienes un ejemplo](#)



13. Diseña el sistema de calificación de prospección para el área.

# Lead Scoring Marketing

[Aquí tienes un ejemplo](#)

