



ESTRATEGIAS  
RESPONSABLES  
DE NEGOCIO

# ¿CÓMO CREAR UN CALENDARIO DE MARKETING?

Aumenta tu alcance y resultados de marketing con esta guía paso a paso.

Todos los usuarios en internet navegamos por las distintas plataformas digitales en busca de contenido relevante de valor, desde compradores, clientes, consumidores y prospectos, por ende es de vital importancia contar con una agenda de marketing en el que podamos llevar un orden y control tanto a corto como a largo plazo de todas las acciones y esfuerzos de marketing en nuestra organización que nos permitan lograr una satisfacción en los usuarios para convertirlos así en clientes.

## La improvisación en las campañas de marketing no es una opción, por ello la organización es fundamental para el éxito de todos los esfuerzos en una campaña.

Tener una correcta estructuración en las ideas y acciones de marketing permite cautivar al público objetivo de una manera más eficaz y eficiente, por ello para facilitar esta organización te tenemos esta guía con la que podrás aprender paso a paso a elaborar un calendario de marketing para tu empresa o negocio.



# ¿Qué es y para qué sirve un calendario de marketing?

Se trata de una agenda en la que se planifican y detallan todas las actividades y estrategias de marketing anuales de manera detallada.

Un calendario de marketing te permite organizar todas tus actividades evitando que el tiempo te juegue en contra y tengas que llevar a cabo tus estrategias contrarreloj. El tiempo es uno de los factores por los que una campaña de marketing puede no tener los resultados esperados, pues no se da el tiempo necesario para ser planificada y ejecutada.



Lo mejor de tener un calendario de marketing es poder reutilizarlo para los próximos años y por si fuera poco te permite tener una mejora continua, en la que cada año puedes realizar los cambios correspondientes a tu calendario según las áreas de oportunidad que detectes en el año en curso. Ahorrando así tiempo para la planificación anual, pues no tendrás que empezar desde cero.

Lo ideal es trabajar en la elaboración del calendario de marketing antes de empezar el año, es decir, puedes tomarte un espacio en las últimas semanas del año para planificar todas las actividades de marketing del próximo año, tomando como punto de partida las acciones del año anterior para poder ver qué estrategias funcionan, cuáles se pueden mejorar y cuáles no funcionaron y lo que sucederá con estas últimas, ya sea adaptarlas, modificarlas o reemplazarlas por otras.





# 5 motivos para tener un calendario de marketing



## • PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Te permite tener un orden a corto, mediano y hasta largo plazo. De manera que podrás prever las actividades que se elaborarán a futuro y como cada una de estas te ayudará a cumplir con tus objetivos en tiempo y forma.



## • AUMENTO DE VALOR

Tener esta agenda te permitirá darle un enfoque a las necesidades de tus clientes mediante acciones de calidad.



## • IDEAS MÁS CREATIVAS

Tener un orden y mayor control del tiempo, te permitirá trabajar en tus ideas con más antelación y te dará más tiempo para plantear y pulir tus propuestas, ese tiempo te dará más libertad creativa.



## • MEJORES RESULTADOS

Tener unos objetivos bien planteados con acciones bien planeadas aumentarán tus probabilidades de alcanzar y cumplir con esos objetivos y metas.



## • TRABAJO EN EQUIPO MÁS COORDINADO

Con esta herramienta todo el equipo podrá estar informado de qué sucederá, cuándo sucederá y quién se hará cargo de cada acción a lo largo del año.

# ¿Cómo elaborar mi calendario de marketing paso a paso?

Ahora que ya conocemos qué es, para qué sirve y los motivos por los que debemos hacerlo, podemos empezar a trabajar en la elaboración del calendario siguiendo los siguientes pasos:



## PRESUPUESTO

Es muy importante tener claro el presupuesto que se tiene fijado para las acciones de marketing en el año, aunque no todas las actividades necesariamente lleven una inversión económica detrás, otras de las actividades si necesitan de ese presupuesto, por ello se debe tener claro en todo momento cuáles son estas actividades que sí necesitarán de un apoyo económico, para así establecer y distribuirlo de manera adecuada entre todos los esfuerzos de marketing del año.

Por ejemplo, si uno de tus objetivos es mejorar el posicionamiento SEO lo más probable es que una gran parte del presupuesto tenga que ser destinado a las estrategias y actividades que se implementen para mejorar dicho posicionamiento.

### Tener un presupuesto bien establecido nos ayudará a:

- Tener un control de los costes del departamento
- Fijar objetivos
- Saber a qué acciones destinar recursos y que acciones no
- Tener una mejor planificación a largo plazo





# Revisión del plan de marketing

Tener un plan de marketing es de gran ayuda, pues aquí se describen las estrategias de marketing que se emplearán en los próximos 12 meses, por ello si cuentas con este plan es el momento de tenerlo a la mano, de no contar con él te aconsejamos realizar uno.

Si nunca antes has realizado un plan de marketing, puedes hacer una lluvia de ideas con el departamento de marketing en el que se analicen y enlisten detalladamente cada una de las acciones que actualmente hacen y clasifiquen esas acciones en: cuáles están funcionando, cuáles se pueden mejorar, cuáles se deben modificar, cuáles es mejor ya no implementar y que acciones nuevas se pueden implementar.

Es importante tener establecidos objetivos y metas para el plan de marketing y que las acciones ayuden a cumplir con estos objetivos, los cuales deben de ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y tener un tiempo. Después haz una relación entre el listado de acciones y los objetivos y metas, en donde se pueda tener claro qué acciones nos ayudarán a cumplir cada uno de los objetivos y cada una de las metas.

Posteriormente, clasifica el listado de acciones en tiempo, es decir, qué acciones se llevarán a cabo a corto, mediano y largo plazo, a su vez que actividades se implementan durante todo el año, cuáles se implementarán cada trimestre o cuatrimestre del año, qué acciones se realizarán en un mes en específico y que actividades se ejecutarán en una única ocasión y con esto puedes tener un plan de marketing básico.

Con este plan de marketing te será más fácil llenar el calendario y mientras más detallado sea más sencillo será hacerlo y aunque las estrategias de marketing pueden cambiar, tener un plan será de gran ayuda.





## Enlista tus estrategias

Un poco de la mano con el punto anterior, es importante que todas las estrategias sean lo más detalladas posible, pues muchas veces el plan de marketing toma en cuenta las estrategias que se desean implementar y los objetivos que se buscan cumplir, pero de una manera general o superficial. Por ello es importante en este punto preguntarte qué tareas o subtareas son necesarias para cumplir con cada objetivo, con cada meta o qué tareas son necesarias para llevar a cabo cada estrategia.

Una vez hecha la lista se deben de enumerar según el orden en que se llevarán a cabo. En este momento es importante considerar que quizá muchas subtareas puedan llevarse a cabo simultáneamente sin afectar el resultado final, mientras que otras será necesario terminar una subtarea para poder comenzar con la siguiente, considera esto para evitar tiempos muertos y posibles errores.



## No olvides el enfoque de tu target

Si no enfocas tus estrategias y acciones en tu target o tu cliente ideal, los resultados no serán favorables, para ello detente a analizar nuevamente tus objetivos, metas, plan de marketing y el listado de estrategias pensando en si estas están pensadas adecuadamente para tu público objetivo.

**Algunas de estas preguntas pueden ayudarte en el proceso:**

- ¿Quién es mi público objetivo?
- ¿Qué le interesa de mí a mi público objetivo?
- ¿Qué espera realmente de mí mi público objetivo?
- ¿Qué canales de comunicación usa?
- ¿Cómo puedo hacer llegar mi mensaje al público objetivo?

Una vez analizado lo anterior puedes hacer los cambios o ajustes que consideres necesarios para poder seguir avanzando y asegurarte que todo lo planteado anteriormente si está enfocado correctamente a tu target.



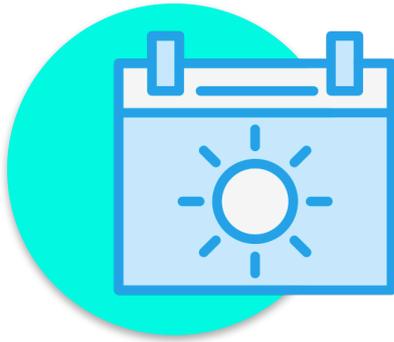
# Realiza un borrador de calendario

Antes de hacer un calendario final puedes hacer un borrador para empezar a bocetar tus ideas, ya sea en un pizarrón, documento, hoja de cálculo o cualquier herramienta que pueda servirte.

Aquí te dejamos una idea de como puedes hacer tu borrador, esto es solo una idea, así que puedes adaptar los campos de acuerdo a tus necesidades y las de tu empresa.

ENERO 2023										
FECHA	NOMBRE DE LA ACCIÓN	TIPO DE ACCIÓN	RESPONSABLE	OBJETIVO	FECHA DE ENTREGA	FECHA DE LANZAMIENTO	MEDIO DE DIFUSIÓN	PROMOCIÓN	PRESUPUESTO	COMENTARIOS
NOTAS ADICIONALES:										





# No olvides las festividades y vacaciones

Es importante considerar que debemos de tener señalados aquellos días en los que las actividades se suspenden, como lo son periodos vacacionales o días festivos, para así evitar planificar actividades que después no podrán llevarse a cabo en los tiempos establecidos.

Tampoco debes olvidar fechas importantes, como lo pueden ser aniversario de la empresa, temporadas de descuentos y promociones como navidad, buen fin, hot sale, etc. Es decir, aquellas fechas que conllevan acciones específicas por temporada o por cierta fecha, por ejemplo si tu empresa cada año realiza una campaña específica por su aniversario en cierto mes o semana del año, por ende ese tiempo las actividades y esfuerzos se enfocan a estas fechas.

Al hacer esto te podrás dar cuenta que hay meses en los que la carga de trabajo será más demandante y otros meses que serán más tranquilos, tener esto identificado puede ayudarte a tener un mejor control y así poder distribuir el trabajo de manera equitativa, adelantado trabajo en meses más tranquilos para evitar la carga excesiva y estrés en ciertos meses.

Tener mapeadas todas estas fechas desde el inicio del año y las estrategias y actividades que conllevarán cada una de estas fechas será de gran ayuda.





## Realiza los cambios necesarios y elabora el calendario final

Es importante considerar que debemos de tener señalados aquellos días en los que las actividades se suspenden, como lo son periodos vacacionales o días festivos, para así evitar planificar actividades que después no podrán llevarse a cabo en los tiempos establecidos.

Revisa tu borrador las veces que sea necesario y haz los ajustes que necesites antes de pasar a trabajar en la versión definitiva.

Por último, una vez estés seguro de que has hecho todos los cambios y te sientes satisfecho con lo planeado, puedes proceder al diseño final del calendario, te recomendamos tener en mente que este calendario debe de llegar a todo el departamento de marketing y las personas que se relacionen directa o indirectamente con lo establecido en el calendario, por ello piensa en una manera que te sea sencilla de hacer llegar el calendario.

Puedes alojar el documento en la nube o en algún servidor al que solo estas personas puedan tener acceso y así puedan consultarlo 24/7, también asegúrate de que al menos una persona de tu equipo pueda editar el calendario las veces que sea necesario, ya que ten por seguro que en algún momento será necesario hacer cambios, ajustes o añadir información.

Recuerda que hacer un calendario de marketing te ayudará a obtener estos beneficios:

- Mejorar la visibilidad de tu negocio
- Tener un control del presupuesto del departamento de marketing para todo el año
- Aumenta el alcance de tus productos o servicios con el público objetivo
- Te ayuda a ahorrar tiempo y dinero para el departamento de marketing
- Disminuye el estrés de las actividades de marketing
- Te ayudará tener un mejor orden de tus ideas y a tener una mayor libertad creativa
- Mejora el trabajo y la coordinación del equipo de marketing

Con esto hemos llegado al final de esta guía, esperamos que te sea de utilidad y puedas crear tu calendario de marketing para mejorar tus resultados.

“

**Si no existe la  
organización, las ideas,  
después del primer  
momento de impulso,  
van perdiendo eficacia.** ”

- Che Guevara

# ESTAREMOS FELICES DE AYUDARTE

Si necesitas una asesoría o la cotización de algún servicio, puedes contar con nosotros.

**TONIC se especializa en:**

Comunicación y  
mercadotecnia  
responsable

Diseño gráfico  
y editorial

Programación  
web y sistemas

Sostenibilidad



ESTRATEGIAS  
RESPONSABLES  
DE NEGOCIO

## México

+52 1 442 157 1136  
solucion@tonic.mx

## Panamá

+507 294 2550  
lmaldonado@tonic.lat

[www.tonic.lat](http://www.tonic.lat)

