

PLAN DE MARKETING DIGITAL

OBJETIVO 1: Ser sinónimo de calidad

ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TEMPORALIZACIÓN	PRESUPUESTO
Tener una página web actualizada	El blog está como web. Usarlo como blog.	Mar	Abril 2015	
	Asociar la temática del blog con la prestación de servicios de calidad. Identificar las diferencias. Ponerle un nombre acorde.	Mar	Abril 2015	
	Incluir en la web el enlace al blog	Mar	Abril 2015	
	Eliminar la .org	Mar	Abril 2015	
Estar en las RRSS	Ajustar el perfil de FB	Mar	Abril 2015	
	Publicar en FB las campañas que se publiquen en el Twitter.	Mar	Abril 2015	
	Dar movimiento a Twitter: descuentos, promociones, campañas	Mar	Abril 2015	
	Cambiar LinkedIn para el proyecto de "El mirador de Cuca"	Mar	Abril 2015	
	Realizar publicaciones que incrementen la sensación de servicio de calidad	Mar	Abril 2015	
	Incluir en las RRSS las publicaciones que se realicen en el blog	Mar	Abril 2015	

OBJETIVO 2: Aumentar las ventas

ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TEMPORALIZACIÓN	PRESUPUESTO
Publicidad en hospitales	Buscar alternativas para conseguir que la publicidad no se retire.	Mar	Abril 2015	
Análisis de la presencia online	Revisar las visitas y presencias online y analizarlas periódicamente.	Mar	Abril 2015	