



Fórmula de crecimiento de Google Ads

Matriz de relacionamiento y objetivos

g.co/FormulaDeCrecimiento

Completa la matriz de relacionamiento

GUÍA DE OBJETIVOS DE MARKETING

Todas las empresas tienen objetivos en distintos niveles. Para asegurarte de que los objetivos se complementan entre sí, es fundamental que las personas interesadas participen en su definición y seguimiento, desde los responsables de la toma de decisiones hasta los gestores de cuentas. Sin esta integración el trabajo de cada equipo puede quedar desconectado de los objetivos generales de la empresa.

¿Trabajas con una agencia?

Puede ayudarte a construir la matriz de relacionamiento.

- ✓ ¿Quién es el responsable de los objetivos comerciales, los objetivos de marketing, los objetivos de comunicación y los KPIs de la campaña?
- ✓ ¿Están involucradas las personas adecuadas para lograr los objetivos principales?
- ✓ ¿De qué objetivos y métricas es responsable cada persona?

La matriz de relacionamiento

NOMBRE	ROL	RESPONSABILIDADES	OBJETIVOS	GRADO DE PARTICIPACIÓN	REUNIONES
Juan Pérez	Responsable de marketing	Responsable de medios tradicionales y digitales	Crecimiento del 20% en medios digitales año a año	Responsable	Se une a la planificación comercial anual y evaluación trimestral

Matriz de objetivos comerciales y de marketing

OBJETIVOS
COMERCIALES

OBJETIVOS DE
MARKETING

INDICADORES DE
COMUNICACIÓN Y
CAMPAÑA

¿Quiénes son las partes
interesadas?

Describe
el objetivo.

Cuantifica
el objetivo.

¿Qué mediciones
deben realizarse para
calificar los resultados
de este objetivo?

Indica el
cronograma.

¿Estos objetivos se
complementan? Si no
es así, identifica la
diferencia.

Notas: