

GO MARKETEROS 2018

Plan de Desarrollo Comunidad



Co-fundador: Milton Suárez

14 de enero de 2018

Número de propuesta: 002

ENFOQUE INSTITUCIONAL

MARCO DE LA COMUNIDAD

Objetivo General

Posicionar la marca Go Marketeros como un movimiento global que reúne a todas las personas involucradas en la nueva economía digital para enseñar, aprender y discutir sobre marketing y emprendimiento en espacios virtuales y presenciales en diferentes partes de mundo.

Objetivos Específicos

- Crea una comunidad activa en whatsapp para cada distrito
- Generar espacios presenciales y virtuales una vez al mes para promover temas educativos alrededor de marketing y emprendimiento.
- Buscar speakers con una buena trayectoria en marketing o emprendimiento para hacer conferencias educativas de manera gratuita. (Aplica para todos los distritos)
- Promover encuentros presenciales con el objetivo de conocer e interactuar con miembros de la comunidad.
- Crear dinámicas semanales para entretener a los miembros de whatsapp

Evaluación de Metas

Se plantea crear unas metas trimestrales para evaluación general de desempeño y optimizar los resultados del siguiente trimestre, entendiendo que tendremos en el año 4 ciclos de ejecución de los objetivos específicos para conseguir el resultado final del objetivo general.

Mapa organizacional 2018 GoM



Perfiles Go Marketeros

- **Cofundador GoM:**

El cofundador tiene la principal responsabilidad de llevar el buen nombre de gomarketeros en cualquier evento, relación comercial, alianza o espacio que se ofrezca y decida exponer la comunidad, es importante comprender que no es una labor que requiere un 100% de dedicación ya que no es un rol de dedicación si no de apropiación, por ende debe estar al tanto de todas las actividades que la comunidad realice.

Como comunidad se adaptaran derechos y deberes para la parte administrativa, por el cual como cofundadores se asume que en caso de fallas concurridas al compromiso adquirido se generara una reunión para evaluar la continuación del liderazgo de la comunidad , todo en pro de garantizar el compromiso de ambas partes.

- **Moderador Principal:**

El moderador principal es aquel administrador delegado para los grupos de los distintos canale de comunicación con la responsabilidad de regular las actividades de las interacciones de los integrantes de la comunidad, el contenido y expresiones en todo su sentido de acuerdo a las políticas generales de GoM.

Los moderadores tienen la potestad de agregar o eliminar integrantes de acuerdo al protocolo establecido de manejo de situaciones positivas/negativas o a escalar.

Los cofundadores que se son moderadores tienen la principal tarea de mantener la armonía del grupo en todo momento en cualquier tiempo, trabajando en equipo para respaldar cuando un cofundador no pueda atender la situación.

- **Embajadores GoM:**

Los embajadores son personas líderes que se destacan en la participación del día a día de la comunidad y se han postulado para apoyar a contribuir a lograr el objetivo de la comunidad y llevar nuestro mensaje y filosofía a otros espacios, países, comunidades etc... , el embajador de cada distrito se caracteriza por 3 aspectos esenciales:

- Liderazgo.
- Pasión
- Visión

Responsabilidades Co-fundadores

Responsabilidad generales:

- A. Moderación del grupo de los canales de comunicación en todo evento que se requiera intervenir, es necesario que los cofundadores deben consultar y aceptar el perfil de moderador principal.
- B. Control en el manejo de marca, se debe consultar y aceptar el acuerdo de manejo de marcar y comarketing en las alianzas que realizan los cofundadores de la comunidad.
- C. Creación, evaluación y acción de nuevos proyectos e ideas para el funcionamiento de la comunidad que involucre la participación de los integrantes de la comunidad.

Responsabilidad Co-Fundador 1. (Milton Suárez):

1. Moderación de los grupos de whatsapp distritos delegados.
2. Creación de contenido de acuerdo al plan de contenidos trimestral.
3. Creación, coordinación y mantenimiento de plataformas tecnológicas de la comunidad.
4. Administración email marketing general.
5. Respaldo técnico y logístico de los webinars.
6. Control de calidad y auditoria alianzas comarketing.
7. Revisión y ajustes propuestas comerciales alianzas y modelo de monetización.

Responsabilidad Co-Fundador 2. (Carolina Rojas):

1. Moderación de los grupos de whatsapp distritos delegados.
2. Creación de contenido de acuerdo al plan de contenidos trimestral.
3. Creación, coordinación y mantenimiento de contenidos digitales.
4. Direccionamiento y evaluación grupo redes sociales y grupo logística eventos.
5. Respaldo técnico y logístico de los eventos presenciales.

6. Creación de nuevas propuestas comerciales para alianzas y modelo de monetización.

Responsabilidades Embajadores

Deberes:

- Creación de proyectos, actividades, eventos, webinars y demás tareas que quieran proponer desde el distrito.
- Ser parte del equipo moderador de los espacios de comunicación de la comunidad.
- Atraer e incluir nuevos participantes en la comunidad de acuerdo a las normativas generales de ingresos nuevos.
- Coordinar los eventos presenciales que el distrito proponga.
- Cubrir los eventos en los medios digitales de GoM
- Siempre llevar una buena imagen y comportamiento de la marca y comunidad GoM.

Derechos:

- Proponer nuevos proyectos para estudio e implementación.
- A ser respetado como miembro activo en el grupo de líderes de la comunidad.
- libre expresión de sus ideales siempre y cuando este sincronizados con la ideología de GoM.
- Participar en eventos nacionales de GoM.

Responsabilidades Grupos de Trabajo

Deberes:

- Cumplir con el cronograma de actividades designadas.
- Proteger la información entregada y no ser divulgada por la ley habeas data.
- Guardar y enviar los requerimientos de acuerdo al flujo planteado con las herramientas entregadas.
- Participar a las reuniones de planeación y control de actividades.
- Entregar los requerimientos con estándares de calidad.

Derechos:

- Acceder a certificados de respaldo de las actividades realizadas con la comunidad.
- Participar con su marca en los procesos realizados.
- libre expresión de sus ideales siempre y cuando este sincronizados con la ideología de GoM.
- Participar en eventos nacionales de GoM.
- Obtener un % de remuneración de acuerdo al plan de monetización de la comunidad.

PLAN DE ACCIÓN PRIMER Q1 GO MARKETEROS

PLAN DE CONTENIDOS SOCIAL MEDIA

Se plantea posicionar la comunidad de gomarketeros y crecer en Q de participantes en el grupo general y los distritos conformados hasta el momento.

Es por eso que se plantea un plan de contenidos que serán en dos tipologías, orgánico y de pauta

Contenido Orgánico:

- **Recurrente**

Se compartira en nuestros canales sociales artículos e información de interés a diario con frecuencia minima de 2 publicaciones.

- **Capsulas de cooperación:**

Se le brindara la oportunidad a los miembros de la comunidad a publicar sus contenidos de interés en nuestras redes sociales, previa selección.

- **Preguntale a la comunidad:**

Es un contenido que vamos a realizar todos los jueves, cualquier miembro de la comunidad o personas terceras que tengan una pregunta o debate en especifico se le plantea a la comunidad, y se publica el consolidado como una respuesta de amplio espectro contribuyendo a la solución de la respuesta.

Contenido Pauta:

- **Contenidos autónomos:**

Se creara todos los lunes y viernes un contenido original de nuestra autoria , estará a cargo de cada cofundador cada día que seleccione y se pautara con un presupuesto mínimo aprobado ,

- **Eventos programados:**

los eventos que están programados al mes , se patrocinaran para llegar a la mayor audiencia posible.

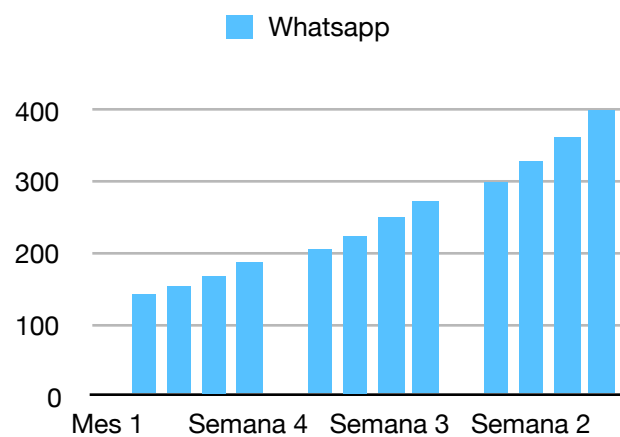
Contenidos a promover Q1	Eventos Presenciales	Webinars	Presupuesto Pauta
Seguridad Cibernetica para emprendedores	1	1	\$ 50.000
Mes del freelance de social media.	1	2	\$ 70.000
Networking de GoM	2	1	\$ 130.000
Post Cofundadores			\$ 240.000
Total			\$ 250.000

*el presupuesto de pauta de los post de cofundadores, el valor que coloque es el que yo voy a pautar en mis publicaciones.

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO - PARTICIPANTES COMUNIDAD

Crecimiento GOM Q1

Periodo	Whatsapp
Mes 1	
Semana 1	140
Semana 2	154
Semana 3	169
Semana 4	186
Mes 2	
Semana 1	205
Semana 2	225
Semana 3	248
Semana 4	273
Mes 3	
Semana 1	300
Semana 2	330
Semana 3	363
Semana 4	399
TOTAL Q1	259



ALIANZAS CO-MARKETING

Las alianzas que cada cofundador realice con otras marcas o asociados debe tener unos parámetros y guía de alianza.

Características de alianzas:

- Participación de marcas y logotipos.
- Adquisición de bases de datos en los eventos.
- Regulación de publicaciones en los canales de comunicación compartidos.
- Uso adecuado y aprobado de la marca en publicaciones.
- Documento de recaudo de monetario si aplica.

Manejo de alianza

- El cofundador debe diligenciar la ficha de alianza alojada en google drive, y remitir un correo con la presentación de la alianza , objetivo y acciones a realizar.
- Es de libre elección del cofundador compartir el contacto y comunicación de la alianza, pero si se debe comunicar la acción o status a realizar con el aliado.
- Cada cofundador es responsable de las acciones que se realice en el proceso de co-marketing.
- El cofundador esta a libre elección de crear las alianzas que desee, siempre y cuando cumpla con la protección de marca y acciones a la comunidad y aplique las normas de convivencia de comarketing respectivas.

REUNIONES

- Se puede convocar a reunion con 3 días de anticipación para eventos o temas extraordinarios.
- Quincenalmente los cofundadores se reunirán para medir las metas ejecutadas y temas respectivos a tratar del mes.
- Mensualmente se reunira todo el equipo de cofundadores y embajadores para evaluar resultados.
- Semanalmente se reunira el equipo de redes y logística para las tareas a realizar.