## 1. METAS

## 1.1. CUÁL ES SU PRIORIDAD TOP ESTE AÑO?

## 1.2. CUÁLES SON SUS OBJETIVOS DE DESARROLLO DE NEGOCIO?

## 1.3. CUÁLES SON LAS METAS ESPECÍFICAS DE LA COMPAÑÍA?

## 1.4. CUÁLES SON SUS 3 INICIATIVAS TOP ESTE AÑO?

## 1.5. HAY OTRAS METAS DE LA COMPAÑÍA QUE SON IMPORTANTES?

## 2. PLANES

## 2.1. QUÉ INICIATIVAS ESPECÍFICAS ESTÁ EJECUTANDO PARA LOGRAR LA META?

## 2.2. CUÁL ES SU PLAN PARA LLEGAR A ELLO

## 2.3. QUÉ ESTÁ TRATANDO LOGRAR CON EL WEB SITE?

## 2.4. QUÉ HIZO POR VENTAS Y MARKETING EL AÑO PASADO?

## 2.5. QUÉ FUNCIONÓ Y QUÉ NO?

## 2.6. CUÁLES SON SUS PLANES PARA MARKETING EL AÑO PRÓXIMO?

## 2.7. HA VISTO UN RETORNO POSITIVO EN SU INVERSIÓN DE MARKETING EN EL PASADO?

## 2.8. PLANEA AUMENTAR O REDUCIR SU GASTO DE MARKETING ESTE AÑO? POR QUÉ?

## 2.9. CUÁNTAS PERSONAS TIENE EN EL DEPARTAMENTO DE MARKETING?

## 2.10. EN QUÉ ACTIVIDADES DE MARKETING ESTÁ UD INVOLUCRADO AHORA?

## 2.11. QUÉ ACTIVIDADES DE MARKETING TIENE PLANIFICADAS?

## 2.12. QUÉ METAS ESPECÍFICAS SOPORTAN ESTAS ACTIVIDADES?

## 2.13. CUÁLES SON MÁS EXITOSAS?

## 2.14. CUÁLES NO FUNCIONARON?

## 2.15. DE DÓNDE VIENEN SUS MEJORES PROSPECTOS?

## 2.16. CUÁNTOS PROSPECTOS ESTÁ GENERANDO ACTUALMENTE MARKETING PARA VENTAS?

## 2.17. ES BUENO, MALO O PÉSIMO?

## 2.18. CÓMO ES LA CALIDAD DEL PROSPECTO ACTUAL QUE GENERA MARKETING?

## 2.19. TODOS LOS PROSPECTOS SON CREADOS IGUAL?

## 2.20. QUÉ OPINA EL EQUIPO DE VENTAS DE LOS PROSPECTOS QUE GENERA MKT?

## 2.21. CUÁNTOS VENDEDORES HAY EN EL EQUIPO DE VENTAS?

## 2.22. QUÉ HACE A UN PROSPECTO "LISTO PARA VENTAS" PARA UDS?

## 2.23. CUÁNTOS PROSPECTOS NECESITA PARA ALCANZAR SUS METAS DE VENTAS?

## 2.24. CUÁN FRECUENTEMENTE ALCANZA ESA META DE TARGET DE PROSPECTO?

## 2.25. CUÁNTO CUESTA ADQUIRIR SUS CLIENTES?

## 2.26. QUÉ ESTÁ HACIENDO PARA REDUCIR SU COSTO POR CLIENTE?

## 2.27. CÓMO MIDE QUÉ ES LO QUE ESTÁ FUNCIONANDO?

## 2.28. QUÉ HIZO EL AÑO PASADO? QUÉ FUNCIONÓ Y QUÉ NO? QUÉ HARÁ DE DIFERENTE ESTE AÑO?

## 3. DESAFÍOS

## 3.1. QUÉ COSAS UD CREE QUE SE INTERPONDRÁN EN SU CAMINO PARA LOGRAR LA META?.

## 3.2. QUÉ PROGRAMAS YA ESTÁN EN CURSO PARA ALCANZAR LA META?

## 3.3. CÓMO ESTÁN YENDO?

## 3.4. QUÉ VA A HACER PARA ASEGURAR QUE FUNCIONE?

## 3.5. CUÁL CREE QUE ES SU MAYOR DESAFÍO DE MARKETING?

## 3.6. CREE QUE PODRÁ ELIMINAR ESTOS DESAFÍOS AHORA? POR QUÉ?

## 3.7. CREE QUE TIENE EL EXPERTISE INTERNO PARA LIDIAR CON ESTOS DESAFÍOS?

## 3.8. CÓMO ESTÁ INCLUYENDO ESTOS DESAFÍOS EN SU PLAN?

## 4. COSTO DE INACCIÓN

## 4.1. PENSÓ EN HACER MÁS DE LO QUE ESTÁ HACIENDO HOY COMO UN MEDIO PARA ALCANZAR SUS METAS?

## 4.2. QUÉ SUCEDE SI ALCANZA SUS METAS? LO AFECTA A NIVEL PERSONAL?

## 4.3. QUÉ SUCEDE SI NO ALCANZA LA META? LO AFECTA A NIVEL PERSONAL?

## 4.4. IMPORTARÍA MUCHO SI NO ALCANZA SUS METAS?

## 4.5. CUANDO ALCANCE SUS METAS, QUÉ HARÁ DESPUÉS?

## 4.6. CUÁLES SERÍAN LAS CONSECUENCIAS DE ÍNDOLE PROFESIONAL PARA UD SI LOGRA ALCANZAR LA META? CUÁLES SI NO LO LOGRA?