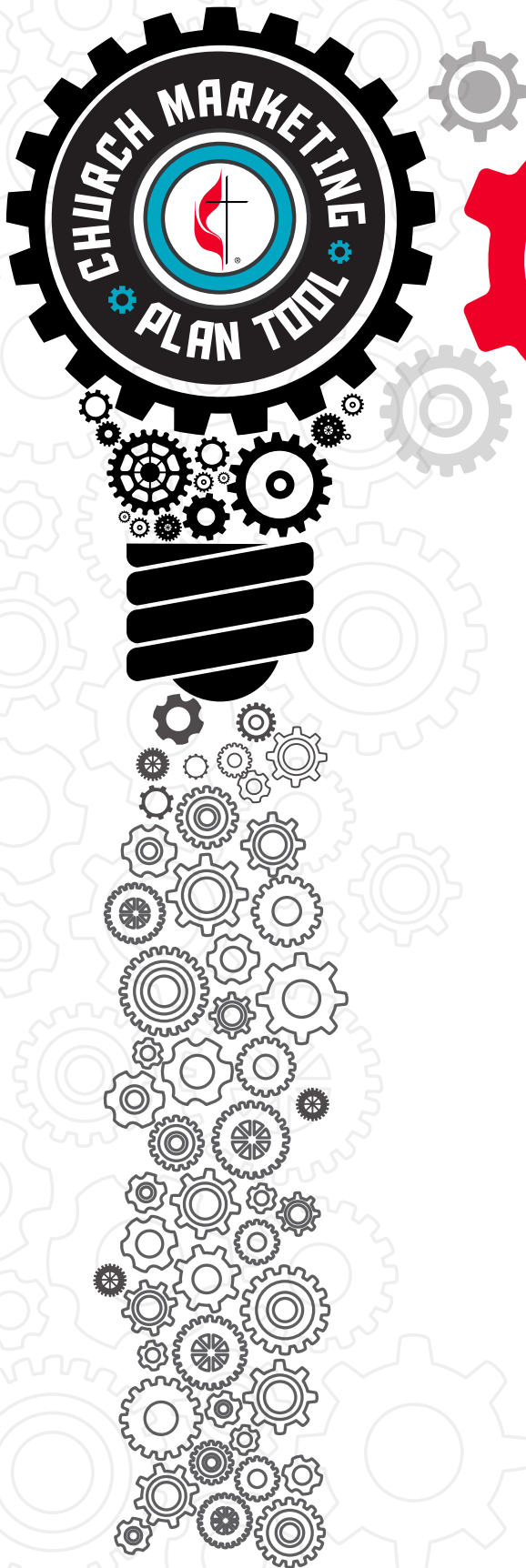


PLANIFICACIÓN
RETIRO DE
MARKETING



Fase 1

Lista de verificación para coordinador del plan

INVESTIGACIÓN Y VISIÓN

- Asigne roles específicos y determine quiénes formarán parte del equipo de marketing.
- Ordenar perfil de su iglesia de [UMData.org](#).
- Contactar a Comunicaciones Metodistas Unidas para conseguir reporte gratis sobre el perfil de su comunidad al umcomresearch@umcom.org.
- Contactar a su conferencia anual y pedir información adicional.
- Imprimir el presupuesto de su iglesia.
- Compartir estos informes (UMData, perfil comunitario, presupuesto de iglesia) con su equipo de mercadeo.
- Enviar correo electrónico a umcomresearch@umcom.org para solicitar encuesta a las personas miembros de su iglesia.
 - Ajustar la encuesta según sea necesario para su iglesia.
 - Remitir la encuesta a los miembros de la iglesia mediante copias impresas en la iglesia o por correo electrónico.
 - Recibir y distribuir el enlace del informe de la encuesta a las personas miembros del equipo.
- Entrevistar a grupos pequeños con miembros de la iglesia y proporcionar notas al equipo de mercadeo.
- Asignar a miembros del equipo para que participen en conversaciones con la comunidad.
- Estudiar el informe demográfico para evaluar las necesidades de la comunidad.
- Auspiciar una reunión comunitaria (opcional).
- Enviar con antelación la hoja de trabajo de Valores y Visión a todos los miembros del equipo para que la traigan al retiro de marketing.
- Organizar retiro de marketing de un día laboral.

¿PREGUNTAS? envíenos un email
marketingquestions@umcom.org



FASE 1

Hoja de trabajo VALORES Y VISIÓN



¿PREGUNTAS? envíenos un email

marketingquestions@umcom.org

NOMBRE: _____

VALORES CENTRALES

¿Qué fue lo primero que lo atrajo a usted/su familia a esta iglesia?

¿Qué programas/iniciativas han creado la mejor respuesta?

¿Qué programas/iniciativas no están obteniendo una buena respuesta?

DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA ZONA

¿Cuál fue el hallazgo más sorprendente en los datos?

¿Cómo podría ese hallazgo afectar el papel de su iglesia en la comunidad?

DECLARACIÓN DE LA VISIÓN

SI USTED FUE UNA PERSONA MIEMBRO DE ESTA IGLESIA DESDE HACE 5 AÑOS...

¿Cuál era la composición de la iglesia en ese entonces?

¿A quiénes alcanzaba la iglesia y con quiénes se relacionaba/era efectiva?

¿Por qué era conocida la iglesia?

AHORA PIENSE EN EL FUTURO...

¿Quiénes formarán la iglesia?

¿Con quién se conecta/es efectiva?

¿Por qué es conocida la iglesia?

¿Qué actividades/iniciativas prosperan?

MIEMBRO DEL EQUIPO DE MARKETING:

Gracias de antemano por todas sus ideas y contribuciones para ayudar a su iglesia a llegar a su comunidad de maneras nuevas y emocionantes. Por favor, entregue esta hoja de trabajo al Coordinador/a del plan de mercadeo al final de la reunión.



Fase 2

Lista de verificación para coordinador del plan

ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN

- Informar a los miembros del equipo sobre lo que cubrirá la Fase 2
 - Fortalezas / Desafíos / Oportunidades (descargar hoja de trabajo)
 - Audiencia deseada
 - Estrategia y objetivos
 - Recursos disponibles descargar hoja de trabajo)
 - Planificar el éxito (ingresar los datos del equipo de marketing en el Cuadro de Planificación General descargable)
- Descargar las hojas de trabajo y enviarlas por correo electrónico a los miembros del equipo ANTES del retiro.
- Programar una fecha límite para finalizar el plan de marketing después del retiro de marketing.
- Junto con su pastor/a, presentar el plan de mercadeo a los miembros de la iglesia.

marketingquestions@umcom.org

RECORDATORIO:

Para mantener un registro, las personas miembros del equipo de mercadeo deben entregar todas sus hojas de trabajo.



FASE 2

Hoja de trabajo FORTALEZAS/DESAFÍOS/OPORTUNIDADES



NOMBRE: _____

¿PREGUNTAS? envíenos un email

marketingquestions@umcom.org

FORTALEZAS:

¿Cuáles son los puntos fuertes de su iglesia según su congregación?

¿Cuáles son los puntos fuertes de su iglesia según su comunidad?

¿Qué percepciones tienen sus miembros de la iglesia y la comunidad en relación con su visión?

¿Cuáles son las necesidades de la comunidad que nuestra iglesia satisface?

DESAFÍOS:

Según su congregación, ¿cuáles son las necesidades de mejora de su iglesia?

Según la comunidad, ¿cuáles son las necesidades de mejora de su iglesia?

¿Qué compite con su iglesia por la atención?

¿Cuáles son las tendencias en su comunidad que podrían reducir el impacto de su iglesia?

OPORTUNIDADES:

Describe las necesidades de la congregación que su iglesia está satisfaciendo y que podrían beneficiar también a la comunidad (si más gente supiera que está disponible).

¿Qué aspectos nuevos podría ofrecer la iglesia para satisfacer las necesidades de la comunidad?

¿Cuáles son las necesidades de la comunidad que su iglesia podría satisfacer, pero no lo hace?

Mi mayor esperanza para esta reunión del equipo de marketing:



Fase 2

Tácticas de comunicación

¿CUÁL DE LAS TÁCTICAS QUE APARECEN A CONTINUACIÓN DEBERÍA CONSIDERARSE PARA ALCANZAR SU(S) OBJETIVO(S)?

El objetivo de esta lista es poner en marcha su proceso creativo. Puede desarrollar ideas que no están en la lista.

TÁCTICAS O MATERIALES GRATUITOS QUE SU IGLESIA PUEDE PRODUCIR:

- Boletín electrónico para miembros y asistentes
- Ministerios de bienvenida (saludadores, ujieres, etc.)
- Folleto y/o regalo para los invitados por primera vez
- Cartas a los miembros inactivos
- Actualizaciones del sitio web de la iglesia
- Contenido diario/semanal a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)
- Invitación electrónica de un evento o programa específico (para que los miembros de la iglesia la envíen a sus amigos)
- Volantes (impresos por la oficina de su iglesia)
- Artículo o anuncio en el boletín electrónico de la iglesia
- Oportunidades de servicio en escuelas locales, hospitales, hogares de personas mayores, etc.

TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN CON COSTO:

- Anuncios en periódicos y revistas
- Carteles de patio
- Carteles interiores
- Colgantes en la puerta
- Folletos (de una empresa)
- Postales de invitación a eventos
- Imanes para el coche/adhesivos estáticos
- Eventos comunitarios de la iglesia
- Artículos promocionales con el nombre de la iglesia
- Anuncios de radio, televisión e Internet
- Vallas publicitarias

IDEAS ADICIONALES:

PARA MÁS INFORMACIÓN:

La agencia de comunicaciones ofrece una variedad de recursos en línea e impresos a las iglesias metodistas unidas sin costo alguno. Para obtener más información, visite www.RecursosMU.org/Comunicaciones.

marketingquestions@umcom.org