

mdvkl

+Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia. Los principales elementos de un presupuesto son:

- Es un plan, esto significa que el presupuesto expresa lo que la administración tratará de realizar.
- Integrador. Indica que toma en cuenta todas las áreas y actividades de la empresa.
- Coordinador. Significa que los planes para varios de los departamentos de la empresa deben ser preparados conjuntamente y en armonía.
- En términos monetarios: significa que debe ser expresado en unidades monetarias.
- Operaciones: uno de los objetivos primordiales del presupuesto es el de la determinación de los ingresos que se pretenden obtener, así como los gastos que se van a producir.
- Recursos: No es suficiente con conocer los ingresos y gastos del futuro, la empresa debe planear los recursos necesarios para realizar sus planes de operación, lo cual se logra, con la planeación financiera que incluya:

1. Presupuesto de Efectivo.
2. Presupuesto de adiciones de activos.

- Dentro de un periodo futuro determinado +Planear calendario: Identifique su público objetivo y ajuste las estrategias de marketing para satisfacer sus necesidades cambiantes.
- Utilizarsu contenido como una forma de obtener comentarios de los clientes.
- Determinar el calendario con su equipo. Identifique quién es responsable de qué contenido y cuánto contenido puede producir de manera realista
- Elegir temas para los medios teniendo en cuenta las preguntas o intereses de los clientes.
- Busque palabras clave para optimizar su contenido. Seguir las mejores prácticas para la optimización de motores de búsqueda (SEO) le ayuda a llevar su contenido a una base de consumidores más amplia
- Planee su calendario de los próximos 12 meses. Crear un calendario maestro para trabajar y ajustarlo según sea necesario.

+Fases Copyriter:

- 1 Llamada de atención: Es importante empezar un buen texto publicitario con un gancho que llame la atención de los lectores
- 2 Creación de interés: Cuando se ha captado la atención del lector, es el turno de crear en él un interés
- 3 Creación de necesidad: Está claro que un cliente no va a comprar un producto o servicio si no le hace falta
- 4 Llamada a la acción: El copywriter debe facilitar al máximo el proceso, ofreciendo al lector todo lo que necesite para realizar el pedido o alcanzar el objetivo propuesto por el departamento de marketing