MÓDULO 14 · GUÍA PRÁCTICA

Campañas y plan anual: convertir una idea en trabajo concreto

Organiza campañas útiles para la farmacia y conecta sus materiales con el trabajo que debe realizar el equipo.

PARA QUIÉN

Titular y responsables de campañas o categorías, según los permisos de la farmacia.

Empieza con esta consulta

Muéstrame el plan de [año] por meses, separando campañas de mi farmacia, campañas de laboratorios y festivos.

Antes de empezar

- Campañas accesibles y fechas concretas para planificar.
- Objetivo, personas implicadas y materiales identificados antes de crear acciones.
- Documentos ya presentes en la Biblioteca cuando se quieran enlazar.

Cómo usar esta guía

Elige una consulta, cambia lo que aparece entre corchetes y continúa la conversación. No necesitas memorizar las frases ni usar todos los ejemplos a la vez.

Las consultas leen información. Los análisis ayudan a interpretarla. Preparar una acción permite revisar el cambio. Ejecutar una acción da una orden concreta: comprueba el resultado y las confirmaciones que correspondan.

La disponibilidad depende de los módulos de tu farmacia, tu rol y las herramientas activas en la conexión. Los ejemplos describen qué pedir; no son resultados ya ejecutados.

Base: catálogo MCP de MediaValue (02.11.2026). Fuentes y estado de pruebas: dossier de producción.

CONSULTAR · ENTENDER · ACTUAR

Consultas para copiar

01 Ver nuestras campañas

CONSULTAR

Enséñame las campañas de mi farmacia para [año], ordenadas por fechas y con su estado.

Qué recibirás. Campañas propias del planificador.

Comprueba. Comprueba que son campañas de la farmacia y no campañas del laboratorio dirigidas a ella.

02 Revisar una campaña concreta

CONSULTAR

Abre la campaña «[título]» y muéstrame su descripción, fechas, materiales y publicaciones vinculadas.

Qué recibirás. Detalle de campaña y recursos disponibles.

Comprueba. Ver una publicación vinculada no implica que el asistente pueda publicarla o editarla en redes.

03 Aprovechar las campañas de laboratorios

CONSULTAR

¿Qué campañas de los laboratorios están vigentes para nuestra farmacia y cuáles son próximas? Muéstrame materiales y promoción asociada cuando existan.

Qué recibirás. Campañas dirigidas a la farmacia y detalles recuperados.

Comprueba. No confundas las fechas de campaña con las condiciones propias de una ficha privada.

CONSULTAR · ENTENDER · ACTUAR

Consultas para copiar

04 Mirar el año completo

ANALIZAR

Muéstrame el plan de [año] por meses, separando campañas de mi farmacia, campañas de laboratorios y festivos. Señala los meses sin campañas registradas.

Qué recibirás. Vista mensual basada en lo registrado.

Comprueba. Un mes sin registros no significa que la farmacia no tenga otras actividades fuera de MediaValue.

05 Dar forma a una idea

PREPARAR UNA ACCIÓN

Prepara una campaña de [tema o categoría] del [inicio] al [fin]. El objetivo es [resultado para las personas] y la coordinará [persona]. Pregúntame solo lo que falte y enséñame el planteamiento.

Qué recibirás. Propuesta de objetivo, fechas, descripción y trabajo previsto.

Comprueba. La persona coordinadora se refleja en el planteamiento y tareas; no inventes un campo nativo de responsable de campaña.

06 Preparar su creación

PREPARAR UNA ACCIÓN

Prepara crear la campaña aprobada «[título]», con las fechas y descripción revisadas y estos materiales de Biblioteca: [documentos]. Enséñame qué quedará creado.

Qué recibirás. Campaña lista para crear con materiales existentes.

Comprueba. Crear campaña no crea por sí solo tareas, reuniones ni mensajes.

CONSULTAR · ENTENDER · ACTUAR

Consultas para copiar

07 Reutilizar una campaña

PREPARAR UNA ACCIÓN

Prepara duplicar «[campaña]» para [nuevas fechas], con el título «[título]», y dejarla en borrador. Dime qué se copia y qué no.

Qué recibirás. Copia propuesta con fechas nuevas.

Comprueba. Conserva enlaces a los materiales y no copia las publicaciones sociales de la original.

08 Actualizar materiales y fechas

PREPARAR UNA ACCIÓN

Prepara cambiar las fechas de «[campaña]» a [periodo] y añadir [documento] de Biblioteca. Conserva los materiales y datos que no he pedido cambiar.

Qué recibirás. Cambios concretos en campaña identificada.

Comprueba. No sube un archivo nuevo; enlaza un documento existente y conserva sus permisos.

09 Proponer el trabajo del equipo

ANALIZAR

A partir de «[campaña]» y los turnos de [periodo], propón tareas y reuniones para [personas]. Enséñame responsable, horario, dedicación y material necesario antes de crearlas.

Qué recibirás. Plan de acciones compatible con los turnos consultados.

Comprueba. El horario se apoya en turnos consultados; la dedicación es una propuesta si no hay un dato registrado. Las tareas y reuniones todavía no están creadas.

DEL PRIMER PROMPT AL RESULTADO

Continúa la conversación

Estos son turnos sucesivos que puedes adaptar. Las respuestas se obtienen de los datos de tu farmacia; aquí no se simulan resultados.

Paso 1

Muéstrame las campañas propias y de laboratorios de [periodo] y sus materiales disponibles.

Paso 2

Prepara una campaña de [tema] con [objetivo], usando [materiales elegidos], y propón tareas para [personas] según sus turnos.

Paso 3

Crea la campaña con el título, fechas y materiales que hemos revisado. Mantén las tareas y reuniones como propuesta hasta que revise ese bloque.

Una práctica para esta semana

Elige una campaña existente y prepara una nueva edición en borrador, con fechas concretas y un primer trabajo útil para el equipo.

Sabrás que está bien cuando...

Distingues qué se copia, qué acciones faltan por crear y cómo se conectan objetivo, materiales y dedicación del equipo.

Qué conviene tener claro

- La creación o duplicación de campaña no genera automáticamente tareas, reuniones o mensajes.
- Los materiales deben existir ya en Biblioteca; se enlazan y conservan sus permisos.
- Duplicar no copia publicaciones sociales; el conector no publica en redes desde estas operaciones.
- No hay campo nativo de responsable en la creación; el responsable del trabajo se concreta en descripción y tareas.