

Universidad de El Salvador  
Facultad de Ciencias y Humanidades  
Departamento de Periodismo



## **“Estrategia de marca personal Elizabeth Minero”**

Presentado por:

María Elizabeth Minero Alvarenga

Carnet: MA13069

Informe final de Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes  
Sociales para optar el título de Licenciatura en Periodismo

Docente del Curso de Especialización: Silvia María Estrada

Ciudad Universitaria, 14 de febrero 2022

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

**RECTOR**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

ING. FRANCISCO ALARCÓN

**SECRETARIO GENERAL**

LIC. RAFAEL HUMBERTO PENA LARÍN

**FISCAL GENERAL**

LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**DECANO**

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**VICEDECANA**

MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO**

**Índice**

Resumen.....	II
Introducción.....	III
Situación actual de la marca y KPI's.....	5
Descrpción de la marca.....	6
Foda.....	8
Redes sociales de la marca.....	9
Análisis de la competencia.....	10
Buyer persona.....	14
Canales digitales y líneas de contenido.....	16
Calendario de contenido.....	17
Referencias bibliográficas.....	30

## **RESUMEN**

El presente trabajo se enfoca en dar a conocer todos los conocimientos que se impartieron en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

En contraste con lo anterior, cada alumno del curso tuvo que crear su propia marca de sus servicios, productos, o emprendimientos.

Por ende, el objetivo principal de este informe es mostrar cuáles son las acciones que se deben ejecutar para crear y luego dar a conocer una marca personal. Por consiguiente, una persona puede construir su propia marca y ofrecer sus servicios o productos dependiendo de su experiencia tanto laboral como profesional, y poder brindar la oportunidad de mostrar a los clientes potenciales habilidades y fortalezas que la competencia no posee.

Dado que, para desarrollar la marca personal, en primer lugar se necesita crear una estrategia digital en el cual consiste en diseñar un plan de acción desde la creación del logo de la marca hasta la propuesta final de un calendario de contenido para cumplir los objetivos de la marca.

En resumen, crear la estrategia digital con los puntos claves determinará que una marca logre el posicionamiento dentro de un mercado específico hasta poder convertirse en un referente en las redes sociales.

Palabras clave:

Marca, Marketing Digital, Redes Sociales, Plan de Marketing Digital, SEO, Posicionamiento, Engagement, Contenido.

## INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos.

De igual manera, las redes sociales son una excelente herramienta en el Marketing ya que ayuda a potenciar la imagen de cualquier marca y su alcance.

Además, la implementación de una estrategia de Marketing Digital en redes sociales puede ayudar a una marca, empresa, o emprendimiento a expandirse, conocer sus consumidores, recuperar mercado, analizar problemas o carencias, y ofrecer un servicio o producto diferenciado de calidad para atraer nuevos clientes.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia de marca personal “Elizabeth Minero”, en cual ofrece servicios en el área de comunicaciones y marketing. Por lo cual, busca el posicionamiento de la marca, fidelización de clientes, engagement, y venta.

Se recalca que este trabajo no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre todos los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización. Por lo tanto, este trabajo no presenta capítulos sino que pasos a seguir para crear un plan de marketing.

Por lo tanto, el resultado final de este trabajo es la propuesta de un calendario de contenido para las redes sociales de la marca personal, en el cual muestra la planificación y organización de los diferentes contenidos que se pueden realizar en los medios sociales.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

En primer lugar, es tener claro el entorno de una marca, emprendimiento, o empresa, en cual se debe conocer las fortalezas, debilidades y las posibles mejoras.

En este caso, la marca Elizabeth Minero (servicios de comunicaciones) surge con la idea de potenciar sus servicios de una manera creativa para las redes sociales, solucionando los problemas de emprendedores, entidades públicas, y privadas que no saben cómo llegar a sus audiencias.

Además, por la falta de oportunidad laboral en el país la han llevado a emprender digitalmente con sus conocimientos, y experiencias en el periodismo y marketing.

Actualmente, está iniciando con el proceso de darse a conocer en las redes sociales. Por lo tanto, la estrategia principal es que el público conozca los servicios de la marca.

Luego, los clientes potenciales puedan contratar únicamente sus servicios y no trabajar de manera fija ya que esta marca es independiente.

### Logos de la marca:



## Objetivos de la marca

### Objetivos generales:

- Posicionamiento SEO de la marca Elizabeth Minero.
- Ventas los primeros 3 meses con un mínimo de 3 clientes por cada mes.

### Objetivos específicos:

- Aumentar la interacción con las distintas líneas de contenido.
- Obtener fidelización de los usuarios con la marca.
- Incrementar seguidores cada semana en las 3 redes de la marca.
- Mejorar la retención de clientes.

**KPI's:** Key Performance Indicator, cuyo significado es Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, los KPI's hacen referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se llevarán a cabo en la marca tomando en cuenta los objetivos.

- Aumento en número de seguidores.
- 50% de visitas orgánicas.
- Utilización de 3 a 5 palabras claves.
- Aumento en número de visitas al perfil con las stories y Reels.
- Uso de 3 a 5 Hashtag.
- De 3 o más leads.
- Segmentación de mi público ideal por medio de métricas.
- Obtener mensajes privados de usuarios interesados en los servicios de la marca.
- aumento de likes y comentarios en las publicaciones.

## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA**

La descripción de una marca, emprendimiento o empresa es la forma de comunicar los productos y servicios que se ofrece, y se debe transmitir la razón por la cual ofrecemos ese servicio o producto.

En este sentido, la marca Elizabeth Minero ofrece servicios en el área de comunicaciones y marketing, sus experiencias laborales y preparación académica le han ayudado a que pueda ofrecer variedad de servicios.

Todos los servicios se ofrecerán en las 3 redes sociales de la marca creando contenido de valor, venta, interacción con su público, entre otros.

Sus servicios son:

### **1. Diseños de artes.**

- Diseños hechos en Canva.
- Artes de infografías.
- Post de contenido de valor o venta para Facebook e Instagram, Stories.
- Fotografías dañadas en Photophop, y otros servicios dependiendo la factibilidad.
- Afiches publicitarios.

Para este servicio se tomará en cuenta 2 cosas importantes:

- Si el cliente necesita recomendaciones de cómo pueden ir los artes, se le brindará ese servicio con un pequeño costo adicional.
- Si el cliente ya sabe cómo quiere su arte y si hay observaciones, la marca le hará saber al cliente para que pueda mejorar sus artes.

### **2. Diagramación**

- Revistas.
- Brochures.
- E-books.

La marca posee 3 formatos para la realización de este servicio que son: Canva, Word, y Indesign. El cliente decidirá en qué formato necesita su servicio ya que cada uno posee diferente costo tomando en cuenta la cantidad de contenido a realizar.



### **3. Edición de vídeos**

- Vídeos cortos.
- Reportajes, entre otros.

Para este servicio se tomará 3 cosas importantes:

- Si el cliente necesita que se grabe, la marca lo hará con un costo adicional y se le informará que la marca no posee cámara de vídeo.
- Si en la edición se necesita limpiar audios o agregar en último momento detalles se le cobrará adicionalmente \$10.00.
- Todas las ediciones se trabajarán desde Adobe Premiere.

### **4. Crear contenido**

- Reels.
- Carruseles para Instagram.
- Infografías.
- Webinars.
- E-books.

Acá se tomará en cuenta no solo el tipo de contenido que se realizará sino que también el tiempo de cada uno y el producto final deseado por el cliente, recalcar que cada precio será diferente.

### **5. Asesoría personalizada de marketing**

- Diagnóstico previo de la marca.
- Tipo de contenido que publican.
- Conocer su target.
- Pauta digital.

Para este servicio, primero se realizará un diagnóstico de cómo se encuentra la marca del cliente, ya sea en emprendedores o empresas públicas y privadas. Finalmente, se les guiará dependiendo del diagnóstico y se le brindará una guía gratuita de 10 páginas sobre un plan de contenido para las redes sociales.

## FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico.

Además, es una herramienta perfecta para desarrollar la estrategia de la marca porque permitirá saber exactamente qué es lo importante para la marca en este caso es el siguiente:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia y formación</li><li>• Servicio de calidad</li><li>• Creatividad</li><li>• Puntualidad</li><li>• Capacidad de análisis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preparación en el área de marketing</li><li>• Personas cercanas pueden ayudarme a referirme con clientes potenciales</li><li>• Poco competencia en el país</li><li>• Necesidad de los servicios</li></ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimientos básicos de diseño gráfico</li><li>• No cuento con inglés avanzado</li><li>• Equipo tecnológico desfasado</li><li>• Internet de 10 MB y falla repentinamente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mi competencia posee más experiencia</li><li>• Algunos de mi competencia cuentan con una agencia</li><li>• Desconfianza de mis servicios en las audiencias por ser una marca nueva</li></ul>

## REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales son un canal perfecto para encontrar clientes e interactuar con ellos. Por lo tanto, la marca implementará el uso de las redes sociales ya que ayudará a mejorar el servicio de atención al cliente, puesto que estos canales permiten la interacción con las personas vía chat o comentarios en las publicaciones.

Además, las redes sociales permiten usar herramientas para segmentar y publicitar logrando probabilidad de compra en los productos o servicios.

Por lo tanto, la marca Elizabeth Minero utilizará 3 redes sociales que son: Facebook, Instagram y LinkedIn. En el cual le ayudará a tener presencia en estos canales digitales para construir posicionamiento, ganar la atención de sus potenciales clientes y generar ventas.

1. **Facebook:** Sus funciones permiten distribuir y promocionar el contenido. aumentar la visibilidad de tu marca.
2. **Instagram:** Es una plataforma destinada a generar impacto con el contenido visual. y utilizar los hashtags para generar un gran alcance.
3. **LinkedIn:** Una red social para profesionales, dirigida al mundo empresarial y los negocios. Es una gran opción para hacer networking y establecer relaciones comerciales.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Este apartado consiste en analizar las estrategias, fortalezas y debilidades de aquellas empresas que trabajan en el mismo sector del mercado al que pertenece un negocio.

Por lo tanto, hacer este análisis le permitirá a la marca comprender sus fortalezas y debilidades en comparación con las demás competencias y poder mejorar la estrategia, superar a la competencia en las áreas de atención e interacción con el público.

A continuación se muestra como la marca entablo a sus competidores.

En primer lugar, la mayoría de competencias en el país no están ofreciendo sus servicios en redes sociales.

De manera que, la competencia de la marca son 2 salvadoreños y una nicaragüense, cada uno posee diferente estilo de servicios en sus marcas.

<b>Nombres de la competencia</b>	<b>Web</b>	<b>Twitter</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>Linkedin</b>
Erika Menjivar (media creative)	•		•	•	•
Cesar Emilio Pacas (Bing bang studio)		•	•	•	•
Luisa Bolaños	•			•	

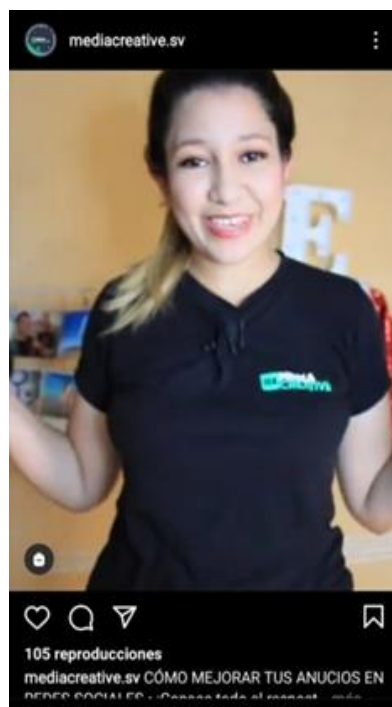
## Erika Menjivar (media creative)

Erika posee su propia agencia que se llama media creative, y es una marca nacional, los servicios que ofrece son producciones audiovisuales, asesoría en marketing, creación de contenido para las redes sociales, diseños de arte.

Posee su propio logo, los colores más representativos en sus publicaciones son el azul marino, verde aqua y blanco, la tipografía es igual en todas sus publicaciones.

Además, ha logrado posicionar su marca utilizando en todas sus publicaciones 1 hashtag con el nombre de su marca.

Por otra parte, su mayor alcance de seguidores en las redes es en Facebook, no obstante en Instagram posee más likes en las publicaciones alrededor de 5 a 20 likes, y es Erika que se encarga de realizar reels o IGTV.

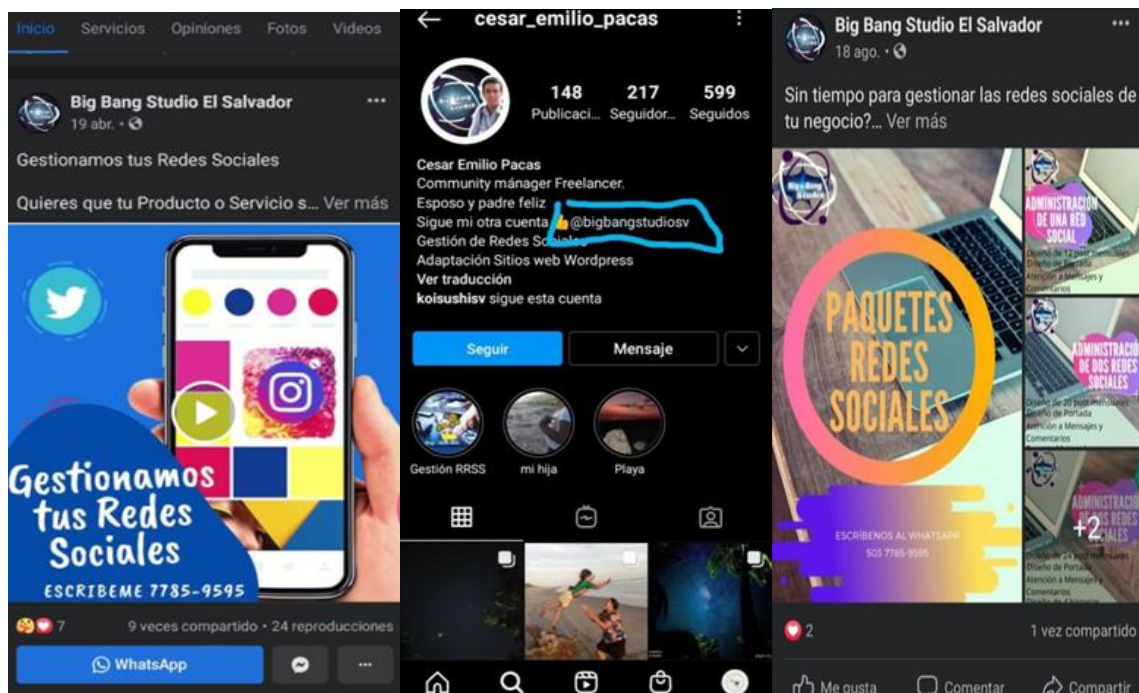


## Cesar Emilio Pacas (Big Bang Studio)

Emilio posee su propia página de servicios de gestión para redes sociales entre ellos; paquetes de artes, adaptación de contenido para sitios webs, y es una marca nacional.

Posee su propio logo, pero no lo coloca en todas sus artes, los colores más representativos en sus publicaciones son el azul, fucsia y blanco, la tipografía no es igual en todos sus artes.

Además, aún no ha logrado posicionar su marca porque no utiliza ningún hashtag de su marca, no coloca contenido de valor propio si no que lo hace de otras marcas y sus publicaciones no son continuas, publica relativamente 1 vez por semana. Por otra parte, su mayor alcance de seguidores es en Facebook.



## Luisa Bolaños

Luisa es de Nicaragua y su marca personal es de marketing digital, sus servicios son la creación de contenido y asesoramiento en marketing.

No posee su propio logo, los colores más representativos en sus publicaciones son el morado, rosa pastel y blanco, la tipografía es igual en todas sus publicaciones. Ha logrado posicionar su marca utilizando la mayoría de sus publicaciones 1 hashtag con su nombre.

Por otra parte, su mayor alcance de seguidores en las redes es solo en Instagram, la mayoría de sus publicaciones en esta red son de contenido de valor, realiza reels, historias de interacción.

No obstante, son en sus call to action que invita a que su audiencia se interese por sus servicios y terminan por comprar.





**To Do List**  
para crear contenido

**DIARIO**

1. Publicar en las redes que hayas decidido
2. Hacer historias
3. Interactuar con la comunidad

**SEMANAL**

- Planificación
- Crear contenido
- Programar
- Revisar métricas

**SESIONES CREATIVAS**

- Grabar Videos
- Editar Videos
- Hacer artes
- Escribir copys

**MENSUAL:**

- Revisar estrategia
- Actualizar historias destacadas
- Hacer colaboraciones con otras personas como lives

@luisabolanos\_

Les gusta a **w.stylev** y otras personas  
**luisabolanos\_** Yo amo las listas! Las uso en mi cell, en mi cuaderno y hasta en la laptop... más  
**dimmarketing** La planificación es clave para el éxito 🙌  
**luisabolanos\_@dimmarketing** así es! Aunque se vale improvisar, siempre es bueno tener un plan.

**Truco de Canva para hacer carruseles**

61 Me gusta

**luisabolanos\_** Super truco de #Canva para hacer carruseles de Instagram más

**7 Tips para crear contenido**

- Busca referencias
- Bloquea tiempo
- Pénsa en tu avatar
- Disfruta el proceso
- Elegi los formatos
- Defini la frecuencia
- Plantea Objetivos

Les gusta a **cedielmartinezperez** y otras personas  
**luisabolanos\_** Yo sé que para muchos crear contenido para sus redes es un gran estrés. Pero este proceso debería de disfrutarse, porque sino se convierte en una carga y terminamos dejando de



# BUYERS PERSONA

El buyer persona es un arquetipo de cliente ideal de un servicio o producto.

Definir el buyer persona ayuda a segmentar de forma concreta el público objetivo. Para realizar el buyer persona se necesita conocer datos de cómo es la vida laboral del cliente potencial, cómo es su día a día, qué aficiones tiene, cuáles son sus objetivos, qué necesidades tiene, datos sociodemográficos concretos e información sobre la relación con la marca.

Además, conocer el comportamiento, gustos y trayectoria de nuestros clientes potenciales nos permite crear una comunicación más individualizada. Es decir, sabremos qué estilo utilizar, qué tipo de contenido compartir y en qué canales digitales se encuentra nuestro buyer persona.

Por lo tanto, los buyers persona de la marca son 3 en cual se investigó a personas de cada rubro como posibles clientes ideales, donde cada uno se encarga de buscar estos servicios en sus trabajos.


## Buyer persona 1:



**EDAD:** 42 años  
**OCUPACIÓN:** Coordinadora general de las comisiones CNB/CONABÚSQUEDA del ministerio de Relaciones Exteriores  
**DIRECCIÓN:** San Salvador  
**ESTADO CIVIL:** Casada  
**NIVEL EDUCATIVO:** Licenciada en Ciencias jurídicas.  
**INGRESOS MENSUALES:** \$1,500.00

# Elsy Flores

Elsy busca a una persona que trabaje por proyectos en el área de comunicaciones de su trabajo.

<p><b>HOBBIES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le gusta sembrar y cuidar sus plantas.</li> <li>• Disfruta pasar su tiempo libre con su esposo y sobrina.</li> </ul>	<p><b>PREFERENCIAS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publica el mismo contenido, y le pide a sus compañeros de trabajo que graben vídeos con sus celulares de cada evento.</li> </ul>
<p><b>OBJETIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La imagen institucional cambie.</li> <li>• Más contenido del trabajo que realizan.</li> </ul>	<p><b>TEMORES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser sancionada en su trabajo por no mejorar la imagen institucional.</li> </ul>
<p><b>¿CÓMO AYUDARLE?</b></p> <p>Brindarle los 4 servicios: por ser una institución pública no necesitan vender pero si mejorar las redes de las comisiones con cada actividad que realizan, con todos los servicios se le facilitará el tiempo, calidad y creatividad que la marca brinda.</p>	
<p><b>RETOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La institución apruebe el presupuesto asignado para la contratación de servicios de comunicación por proyectos.</li> </ul>	

## Buyer persona 2:



**EDAD:** 25 años  
**OCUPACIÓN:** Trabaja en un call center y es emprendedora  
**DIRECCIÓN:** San Marcos  
**ESTADO CIVIL:** Soltera  
**NIVEL EDUCATIVO:** Estudiante 5º año de la carrera de Periodismo  
**INGRESOS MENSUALES:** \$450.00

# Jerusalén Martínez

Jerusalén posee su negocio de relojes, pero por su límite de tiempo no sabe cómo lograr más ventas.

<p><b>HOBBIES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le gusta comprar ropa.</li> <li>• Salir con su familia a la playa.</li> <li>• Disfruta pasar tiempo con su hermana.</li> </ul>	<p><b>PREFERENCIAS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ve tutoriales de Marketing en Youtube ya que por su escaso tiempo no puede adquirir un curso presencial.</li> </ul>	
<p><b>OBJETIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecer en sus ventas.</li> <li>• Posicionar su marca.</li> </ul>	<p><b>TEMORES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quedarse sin trabajo y no poder sostenerse con las ganancias de los relojes.</li> </ul>	<p><b>RETOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar mayores ingresos para pagar servicio a domicilio con una encomienda.</li> <li>• Organizarse para llevar de la mano su trabajo y su emprendimiento.</li> </ul>

**¿CÓMO AYUDARLE?**

Asesoría: sus redes sociales necesitan contenido de valor.  
 Crear calendario de contenido: con esto se le facilitará su tiempo.  
 Conocer su target: necesita saber quiénes son sus clientes potenciales.

### Buyer persona 3:



**EDAD:** 38 años  
**OCUPACIÓN:** Trabaja en Recursos Humanos de Mercosal.  
**DIRECCIÓN:** Santa Tecla  
**ESTADO CIVIL:** Casada  
**NIVEL EDUCATIVO:** Licenciada en Administración de empresas  
**INGRESOS MENSUALES:** \$560.00

# Marisol Rodríguez

Marisol se encarga de las redes de su empresa debido a la pandemia hubo recorte de personal entre ellos el Community Manager.

<p><b>HOBBIES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le gusta viajar los fines de semana con su familia a cualquier lugar turístico del país con su esposo y dos hijos.</li> </ul>	<p><b>PREFERENCIAS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publica los mismos artes ya que por su trabajo no le da tiempo para ver tutoriales de como utilizar herramientas de edición.</li> </ul>	
<p><b>OBJETIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagar únicamente artes para las redes.</li> <li>• Posicionar la marca.</li> <li>• Ganar nuevos clientes</li> </ul>	<p><b>TEMORES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No posicionar la marca de manera correcta y perder más clientes.</li> </ul>	<p><b>RETOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar mayores ingresos en la marca de su empresa para contratar nuevamente un Community Manager.</li> </ul>

**¿CÓMO AYUDARLE?**

Asesoría: las redes de la marca necesitan contenido de valor y segmentar a su público para una pauta digital factible al presupuesto de la empresa.  
 Crear calendario de contenido: con esto se le facilitará su tiempo.

## CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los canales de marketing son los medios que se utilizan para llevar el mensaje del producto o servicio hacia el cliente final, es decir, son los mecanismos que permiten exhibir lo que deseas vender al público objetivo.

Para implementar los canales digitales se debe realizar el análisis de la competencia, conocer el perfil del cliente.

Por lo cual, se debe poseer líneas de contenido ya que estas permiten establecer temas para desarrollar en los canales digitales y ayudan a delimitar el rango temático de la estrategia de contenidos.

A continuación se muestra los canales y las líneas de contenido que la marca necesita:

<b>Canales Digitales</b>	<b>Líneas de contenido</b>
Facebook	Contenido de venta
Instagram	Contenido de valor
Linkedin	Social selling

Ahora bien cada canal digital posee diferentes formatos por ende la marca implementará los siguientes tomando en cuenta las líneas de contenido.

<b>Canales Digitales</b>	<b>Líneas de contenido</b>	<b>Formatos</b>
Facebook	Contenido de venta	Post de venta
Instagram	Difusión Interacción Contenido de valor Venta	Stories, Reels, Carruseles, Feeds.
Linkedin	Social selling Venta	Artículos, Infografías.

## CALENDARIO DE CONTENIDO

Un calendario de contenido implica planificar y organizar el tema a publicar en los canales digitales. Por lo tanto, el calendario permite focalizar una estrategia de contenidos y poder llegar a más clientes potenciales.

El calendario puede ser semanal, mensual o anual. Pero primero se debe realizar una logística para llevar un orden.

La logística del calendario de la marca es el siguiente tomando en cuenta el primer mes de su lanzamiento:

Total de publicaciones en un mes	100
Feeds para Instagram	10-12
Stories para Instagram	50-60
Carruseles para Instagram	4-6
Stories para LinkedIn	8-10
Infografías para LinkedIn	4-6
Producción de videos para LinkedIn	4-6
Tiempo por cada pieza gráfica	De 30 minutos a 1:30
Campañas o temáticas	El primer mes se realizará contenido de valor para que el público conozca la marca
Promociones	El primer mes se regalará una guía gratuita de 10 páginas sobre un plan de contenido para las redes sociales.
Productos a realizar	Feed, Social selling, Stories, Reels, Carruseles.

## CALENDARIO DE CONTENIDO




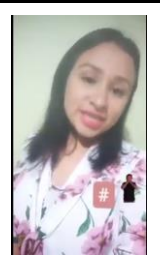
Luego que sea haya implementado todas las fases anteriores de la estrategia de marca se realizó el siguiente calendario por 15 días donde contiene lo siguiente:

- **Fecha y hora**
- **Formato:** Feed, Stories, Carruseles, Artículos, Infografías, Videos cortos.
- **Línea de contenido:**
  - Difusión
  - Contenido de valor
  - Interacción
  - Social selling
  - Información de promociones y ventas
- **Ht:** Hashtag, se publica la combinación de una frase o palabra en la cual se transforma en un enlace que lleva a una página con otras publicaciones relacionadas al mismo tema.
- **Copy:** Es el texto que se usará con el objetivo de comunicar lo que una marca quiere trasladar a su público objetivo. Es necesario recalcar que, se utiliza Call to action y emojis.
- **Pieza gráfica:** Es la composición visual de diseño que se realiza dependiendo del formato.



A continuación se presenta el calendario de contenido de la marca Elizabeth Minero por 15 días del 1 al 15 de octubre de 2021.

Teniendo en cuenta que, el primer calendario de contenido es para Instagram y el segundo es para LinkedIn.

## Calendario para Instagram



Fecha y hora	Formato	Línea de contenido	Ht	Copy	Pieza gráfica
01/10/2021 10:00 a.m	Feed	Difusión	#SocialMedia #Comunicaciones #CreatorContento r #Sv	¿Necesitas potenciar tu marca? ¿Quieres crear contenido de valor y no sabes cómo hacerlo? ¡Escríbeme en Dm y aprovecha las promociones de esta semana!	 <p>Elizabeth Minero Servicios de Comunicaciones</p> <p>Diseños de artes, Diagramación, Edición de videos, Creación de contenido, Asesoría personalizada en Marketing</p>
01/10/2021 12:00 p.m	Stories	Contenido de valor	#ElizabethMinero		 <p>Diseños de artes, Diagramación</p>
02/10/2021 4:00 p.m	Stories	Contenido de valor	#DiseñoGráfico		 <p>5 programas gratis de diseños gráficos</p>
03/10/2021 4:00 p.m	Reel	Contenido de valor	#ElizabethMinero #Sv	<p>El # no solo sirve para etiquetar las conversaciones o publicaciones que hacemos en las redes sociales, sino que también nos ayuda a posicionarnos en las redes sociales.</p> <p>Me encantaría leer lo que piensas acerca del uso de los # en los comentarios.</p>	









04/10/2021 9:00 a.m	Feed	Contenido de valor	#ElizabethMiner o #DiseñoGráfico #Sv	<p>Sabías que las redes sociales han ganado mucho terreno en las estrategias de posicionamiento de cualquier marca, y a su vez éstas suelen ser visualmente atractivas. De ahí surge la importancia del diseño gráfico en las creatividades para las redes sociales.</p> <p>Es por ello que te comparto 6 tips para que tomes en cuenta en tu marca personal, emprendimiento o empresa. Si te gusto este post dale doble corazón.</p>	
05/10/2021 9:30 a.m	Carruseles	Contenido de valor	#Carruseles	<p>El feed es la carta de presentación de tu personalidad o negocio en Instagram, por lo que es tan importante tenerlo bien organizado, útil y llamativo. Debes ser original, creativo y sobre todo poseer una gama de colores sutiles.</p> <p>¿De qué te gustaría que hablara en mi próximo post?</p>	
05/10/2021 3:00 p.m	Stories	Interacción	#Diagramación		
06/10/2021 4:00 p.m	Reel	Interacción	#ElizabethMiner o #Instagram #Algoritmo	<p>El algoritmo de Instagram es el que decide qué contenido es visto. Así que si deseas que tu contenido llegue a un alcance orgánico toma en cuenta estos tips. Comenta qué otros tips conoces.</p>	
07/10/2021 9:00 a.m	Carruseles	Contenido de valor	#ElizabethMiner o #Contentcreator #Sv	<p>¿Quieres mejores resultados a través de las redes sociales? Te comparto estos 3 elementos indispensables para que logres los resultados que más necesites. Doble corazón si te gustó</p>	




				esta información	
07/10/2021 4:00 p.m	Stories	Interacción	#Curiosidades		
08/10/2021 10:00 a.m	Feed	Venta	#ElizabethMiner o #EdicióndeVídeo #Diagramación #Sv	<p>Posees tu emprendimiento, marca personal o eres de una empresa pública o privada y necesitas ayuda con creación de contenido, edición de vídeos, diagramación, artes o necesitas asesoría en marketing.</p> <p>Te comparto el paquete básico, te garantizo servicios de calidad, puntualidad y creatividad. Obtén un 40% de descuento ahora</p>	 <p>Paquete básico servicios de comunicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 15 diseños de artes para cualquier red social.</li> <li>- 1 edición de video.</li> <li>- 1 diagramación en cualquier formato.</li> </ul> <p>Gratis plan de contenido para redes sociales.</p> <p>Contacto por Dm</p>
08/10/2021 3:00 p.m	Stories	Venta		.	
09/10/2021 4:00 p.m	Reel	Contenido de valor	#ElizabethMiner o #Ideas	<p>¿Te gustaría tener una lista sobre ideas de contenido para tu empresa o marca?</p> <p>Cuéntame en los comentarios si tienes alguna duda.</p>	
10/10/2021 4:00 p.m	Stories	Contenido de valor	#RedesSociales		









11/10/2021 9:00 a.m	Feed	Venta	#ElizabethMiner o #Marketing #Diagramación #Sv	<p>Posees tu emprendimiento, marca personal o eres de una empresa pública o privada y necesitas ayuda con creación de contenido, edición de vídeos, diagramación, artes o necesitas asesoría en marketing.</p> <p>Te comparto el paquete medio, te garantizo servicios de calidad, puntualidad y creatividad. Aprovecha 15% de descuento en cada uno de mis servicios.</p>	
12/10/2021 9:30 a.m	Carruseles	Contenido de valor	#ElizabethMiner o #Contenido de Valor #Sv	<p>Los contenidos de valor generan posicionamiento SEO y por lo tanto es una estrategia que genera muchos resultados en el mediano y largo plazo.</p> <p>Además educas a tu público sobre tu marca, consigues que tus consumidores refieran tu marca, y fortaleces los lazos con tus clientes realizando engagement.</p>	
12/10/2021 4:00 p.m	Stories	Interacción	#EditVideo		
13/10/2021 4:00 p.m	Reel	Interacción	#Contenido	<p>Crea varias piezas gráficas de contenido a raíz de cada eje temático.</p> <p>¿Interesante? compártelo en tus stories.</p>	
14/10/2021 9:00 a.m	Carruseles	Contenido de valor	#Marketing	<p>¿Quieres empezar a vender en línea?</p> <p>Te comparto 6 herramientas básicas de marketing digital en el mercado, las cuales pueden ayudarte dependiendo de las</p>	




				necesidades de tu marca. ¿Conoces alguno más? Dímelo en los comentarios	
14/10/2021 4:00 p.m	Stories	Interacción	#MarketingDigital 1		
15/10/2021 10:00 a.m	Feed	Venta	#ElizabethMiner o #Marketing #EditVideo #ContentCreator #Diagramación #Sv	<p>Posees tu emprendimiento, marca personal o eres de una empresa pública o privada y necesitas ayuda con creación de contenido, edición de vídeos, diagramación, artes o necesitas asesoría en marketing.</p> <p>Te comparto el paquete premium, te garantizo servicios de calidad, puntualidad y creatividad. Mayor información por Dm.</p>	
15/10/2021 2:00 p.m	Stories	Venta			


Calendario para LinkedIn					
Fecha y hora	Formato	Línea de contenido	Ht	Copy	Pieza gráfica
01/10/2021 11:00 a.m	Video corto	Difusión	#SocialMedia #Comunicacione s #CreatorContent or #Sv	¿Necesitas potenciar tu marca? ¿Quieres crear contenido de valor y no sabes cómo hacerlo?  ¡Escríbeme por mensaje privado y aprovecha las promociones de esta semana!	
02/10/2021 10:00 a.m	Stories	Contenido de valor	#DiseñoGráfico		
04/10/2021 11:00 a.m	Artículo	Social selling	#ElizabethMiner o #DiseñoGráfico #Sv	<p>La importancia del diseño gráfico es que desarrolla distintas estrategias para lograr una comunicación desde el punto de vista visual.</p> <p>De manera habitual, el diseño gráfico se presenta como una herramienta de mucha eficacia por la inmediatez de su mensaje.</p> <p>Asimismo, una empresa debe ser coherente y consistente en sus comunicaciones, no solo a nivel de mensajes, sino que visualmente.</p> <p>Te comparto el siguiente artículo sobre la importancia de lograr un buen diseño gráfico.</p> <p>-</p> <p><a href="https://www.cocoschool.com/disenio-grafico-aplicado-redes-sociales/">https://www.cocoschool.com/disenio-grafico-aplicado-redes-sociales/</a></p>	

<p>05/10/2021 11:30 a.m</p>	<p>Infografía</p>	<p>Social selling</p>	<p>#ElizabethMiner o #Diagramación #Sv</p>	<p>Hay algunos detalles que debes tomar en cuenta al momento de diagramar un texto de modo que el resultado final tenga un acabado profesional.</p> <p>Te comparto los siguientes tips que me han ayudado en la realización de revistas, eBooks, brochures, etc.</p> <p>Sí conoces más tips cuéntame qué elementos te han ayudado para una buena diagramación.</p>	
<p>05/10/2021 4:00 p.m</p>	<p>Stories</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>#Diagramación</p>		
<p>06/10/2021 2:00 p.m</p>	<p>Artículo</p>	<p>Social selling</p>	<p>#ElizabethMiner o #Diagramación #Sv</p>	<p>La maquetación o diagramación no solo se encarga de la distribución de los elementos en una página, sino que también nos ayuda a que el contenido se comprenda de una manera razonada y con un criterio determinado.</p> <p>A continuación, te comparto el siguiente artículo sobre 5 principios que debes tomar en cuenta para una buena diagramación en tus revistas, libros, entre otros.</p> <p>-</p> <p><a href="https://marianaeguaras.com/maquetacion-profesional-cinco-principios-basicos/">https://marianaeguaras.com/maquetacion-profesional-cinco-principios-basicos/</a></p>	

07/10/2021 11:00 a.m	Infografía	Contenido de valor	#ElizabethMiner o #Contentcreator #Sv	¿No se te ocurre qué más incluir en tus acciones de marketing de contenidos? Conoce estos 7 tipos de contenidos que te ayudarán a alcanzar tus objetivos.	
07/10/2021 4:00 p.m	Stories	Contenido de valor	#ContenidodeValor		
08/10/2021 10:00 a.m	Video de corto	Venta	#ElizabethMiner o #EdicióndeVide o #Diagramación #Sv	<p>Posees tu emprendimiento, marca personal o eres de una empresa pública o privada y necesitas ayuda con creación de contenido, edición de videos, diagramación, artes o necesitas asesoría en marketing.</p> <p>Te comparto el paquete básico, te garantizo servicios de calidad, puntualidad y creatividad.</p> <p>Mayor información por mensaje privado.</p>	
11/10/2021 11:00 a.m	Artículo	Social selling	#ElizabethMiner o #Editvideo #Sv	<p>En la actualidad la producción audiovisual cada vez cobra más fuerza, ya que lo que más llama la atención en las personas son las imágenes y videos.</p> <p>Para ofrecer buen contenido audiovisual, la edición es el factor clave más importante.</p> <p>Por lo tanto, te comparto el siguiente artículo sobre 10 tips de cómo te puedes convertir en un editor profesional.</p> <p><a href="https://35mm.es/como-editar-">https://35mm.es/como-editar-</a></p>	

				videos-profesionalmente-10-consejos-utiles/	
12/10/2021 11:30 a.m	Infografía	Social selling	#ElizabethMiner o #Editvideo #SV	<p>Editar un vídeo es tan simple como pegar un conjunto de fotogramas a otro y agregarle o no alguna transición predeterminada por el programa que utilizemos.</p> <p>No obstante, la edición termine siendo un buen vídeo final, atractivo e interesante, depende de muchos factores.</p> <p>Uno de ellos es que el editor que utilices influirá en los resultados, es por ello que te comparto 4 tips básicos que me han ayudado a lo largo de mi carrera profesional como periodista.</p> <p>Si quieres saber más tips comenta abajo de este post.</p>	
12/10/2021 3:00 p.m	Stories	Contenido de valor	#Tips		

<p>13/10/2021 10:00 a.m</p>	<p>Artículo</p>	<p>Social selling</p>	<p>#ElizabethMiner o #Contenido de Valor #Marketing #Sv</p>	<p>La importancia de la creación de contenidos no solo aportará información de interés a tu cliente, sino que también ayudará al posicionamiento web de tu empresa.</p> <p>De esta manera conseguirás leads cualificados ya que aterrizaron en tu página a través de la búsqueda orgánica del contenido de interés.</p> <p>Te comparto 2 artículos importantes sobre el contenido en el Marketing.</p> <p><a href="https://www.webempresa20.com/blog/marketing-de-contenidos-10-tipos-de-contenido-para-generar-visitas-y-clientes-por-internet.html">https://www.webempresa20.com/blog/marketing-de-contenidos-10-tipos-de-contenido-para-generar-visitas-y-clientes-por-internet.html</a></p> <p><a href="https://luisaaceles.com/podcasts/conviertete-en-un-mejor-creador-de-contenido/">https://luisaaceles.com/podcasts/conviertete-en-un-mejor-creador-de-contenido/</a></p>	
<p>14/10/2021 11:00 a.m</p>	<p>Infografía</p>	<p>Social selling</p>	<p>#ElizabethMiner o #Marketing #Sv</p>	<p>¿Te has preguntado cuáles son las bases para que la presencia de una marca en Internet sea fuerte?</p> <p>Conoce estos elementos que marcan la ruta del marketing digital exitoso.</p>	
<p>14/10/2021 2:00 p.m</p>	<p>Stories</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>#Marketing</p>		

<p>15/10/2021 11:00 a.m</p>	<p>Video corto</p>	<p>Venta</p>	<p>#ElizabethMiner o #Marketing #EditVideo #ContentCreator #Diagramación #Sv</p>	<p>Posees tu emprendimiento, marca personal o eres de una empresa pública o privada y necesitas ayuda con creación de contenido, edición de vídeos, diagramación, artes o necesitas asesoría en marketing.</p> <p>Te comparto el paquete premium, te garantizo servicios de calidad, puntualidad y creatividad.</p> <p>Mayor información por mensaje privado.</p>	 <p>Paquete premium servicios de comunicaciones</p> <p>The image shows a person sitting at a desk with multiple computer monitors, viewed from behind. The background is a light green wall. The text 'Paquete premium' is written in a cursive font at the top, with 'servicios de comunicaciones' in a smaller, sans-serif font below it.</p>
---------------------------------	--------------------	--------------	--	---	--



## Referencias

Asana. (2021, julio 1). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo*. Asana.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

de Castro, I. N. (2021, marzo 1). *¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing?*

rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>

Inboundcyle. (n.d.). *Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla*. Inboundcyle.

<https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>

Melo, A. (2019, agosto 8). *Cuál es la importancia de las redes sociales para una empresa*.

marketing. <https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa>

Pecanha, V. (2021, enero 10). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?* rockcontent.

[https://rockcontent.com/es/blog/marketing-](https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,desarrollar%20una%20identidad%20de%20marca.)

[digital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,desarrollar%20una%20identidad%20de%20marca.](https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,desarrollar%20una%20identidad%20de%20marca.)

Sordo, A. I. (2021, mayo 11). *Cómo hacer un análisis de tu competencia*. hubspot.

<https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>

Villalobos, C. (2020, septiembre 25). *Quiénes somos: 10 descripciones inspiradoras de*

*empresas*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/descripcion-de-una-empresa-ejemplos>