

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**TÍTULO**

**ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL: IVON GARCÍA**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS DIGITALES  
Y REDES SOCIALES PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN PERIODISMO**

**PRESENTADO POR:**

**IVON ESTEFANNY GARCÍA ROSALES**

**CARNET: GR13084**

**DOCENTE ASESOR:**

**SILVIA MARÍA ESTRADA**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, JUEVES 17 FEBRERO DE 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 ANTONIO ALARCÓN

**SECRETARIO GENERAL**

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

MSD. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**DECANO**

MSD. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**VICEDECANA**

MSD. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MSC. YUPIILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO**

LIC. SILVIA MARÍA ESTRADA

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

## ÍNDICE

RESUMEN .....	iv
INTRODUCCIÓN .....	v
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	6
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	7
OBJETIVOS DE LA MARCA .....	8
DAFO – FODA .....	9
ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	10
BUYER PERSONA .....	15
CANALES DIGITALES.....	19
LINEAS DE CONTENIDO .....	20
LOGISTICA Y TRABAJO MENSUAL.....	21
KIP’S Y KEYWORDS .....	22
CALENDARIZACIÓN .....	23
PIEZAS GRÁFICAS .....	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32

## RESUMEN

El presente informe, da a conocer los conocimientos adquiridos mediante el “Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales”. Se pretende compartir la forma correcta de realizar una Estrategia de Marketing Digital, así como los elementos que debe llevar para su buen funcionamiento a corto, mediano y largo plazo.

Las Estrategias de Marketing Digital van orientadas al uso correcto de las redes sociales, guiados por objetivos claros y alcanzables que beneficien a una empresa, negocio o emprendimiento para la creación y difusión de su marca personal; logrando un buen posicionamiento en la web para que sus productos o servicios tengan un mayor alcance de publicidad y venta.

El informe muestra un claro ejemplo de análisis de una marca personal “Ivon García” Asesora de Comunicaciones y la estrategia elaborada para la implementación de esta en la plataforma digital de Instagram.

El analizar los objetivos que se quieren alcanzar llevando una marca a las redes sociales es pieza fundamental para el cumplimiento de estas; se debe organizar y crear piezas gráficas o contenido para alimentar las diferentes plataformas una vez han sido creadas.

No se debe dejar de lado, que cada estrategia digital debe ser preparada con tiempo y a detalle; puesto, que se desean obtener los mejores resultados para la marca y eso implica elaborar una calendarización, tener una paleta de colores definida y seguir ciertas líneas de contenido que sean atractivas para quien lo visualice.

Palabras claves: Estrategia Digital, Marketing Digital, marca personal, posicionamiento SEO, Red social, fidelización de las audiencias, engagement.

# INTRODUCCIÓN

Actualmente, el mundo digital ha sobrepasado barreras, siendo uno de los principales medios de comunicación y fuentes de ingreso en el ámbito laboral. Empresas grandes y pequeñas hacen uso de las herramientas que la web les proporciona.

Las diversas plataformas hacen que el mundo de los negocios crezca cada día más y les permita difundir a gran número de personas los servicios y productos que se ofrecen.

El Marketing Digital también conocido como Mercadotecnia Digital, es el conjunto de actividades que una empresa ejecuta en línea a través de la utilización del internet y las nuevas tecnologías como computadoras y teléfonos móviles que permiten obtener mejores resultados y un engagement en la audiencia.

En el Marketing Digital aplicamos estrategias de cómo hacer buen uso de las redes sociales y con ello sacarles el mayor provecho; acercando los productos y servicios a potenciales clientes.

Una de las principales ventajas de incursionar un negocio o marca en el ámbito digital es que podemos obtener resultados medibles, alcance global e inmediatez; al mismo tiempo, la web nos ofrece una versatilidad de plataformas y formatos audiovisuales que atraen visualmente a los usuarios.

En el presente informe, se muestra a detalle cada uno de los elementos de una estrategia de marca personal que debe seguir una persona que quiere implementar su negocio en redes sociales y generar mayores ingresos.

El contenido muestra un análisis detallado y la forma de cómo implementar la red social de Instagram en la marca personal IVON GARCIA, Asesora de comunicaciones y como debe de ir encaminada para obtener un mayor impacto. Así también se ha desarrollado una calendarización de 15 días de cómo deben ir programadas cada una de las publicaciones.

Cada copy y pieza gráfica fueron previamente diseñadas para la marca; pensadas para la publicación de ellas a la hora de implementar la estrategia digital creada para la marca IVON GARCÍA.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA



IVON GARCÍA, ASESORA DE COMUNICACIONES, surge con la idea de poner a disposición de los usuarios los conocimientos adquiridos durante años de estudios. De ofrecer los servicios en asesoría comunicacional, fotografía, video y edición.

Al mismo tiempo, brinda servicios de community manager y marketing digital a empresas, instituciones o clientes que busquen posicionarse en la web y lograr un mayor alcance a través del manejo adecuado de sus redes sociales, personas que necesiten de alguien capacitado y con experiencia para cubrir todo tipo de eventos sociales importantes que beneficien a su proyecto con resultados positivos, de calidad y profesional.

Actualmente, la marca no posee redes sociales, trabaja únicamente por negocios personales y recomendaciones.

No se encuentra posicionado en la web, ni posee una estrategia de contenido preestablecida para atraer a sus posibles clientes.

Con la creación de una cuenta de instagram se planea ofrecer los servicios y de esta manera, ampliar el mercado para obtener mayores contratos a largo plazo.

## DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

IVON GARCIA, ASESORA DE COMUNICACIONES, se distingue por ofrecer servicios de calidad y profesional a partir de los gustos y especificaciones del cliente.

Ivon García, se encarga de cada uno de los procesos de pre-producción, producción y post-producción del contenido audiovisual y de asesorar a los clientes en el uso y manejo de cada proyecto que se trabaja. En caso de ser masivo o con mayor cobertura, se recurre a la subcontratación de personas.

La marca ofrece sus servicios en el departamento de San Salvador en áreas de comunicaciones como:

- Community Manager:  
Manejo de redes sociales de una empresa o institución.
- Fotografía:  
Eventos sociales (Bodas, bautizos, 15 años, manifestaciones, desfiles, entre otros)
- Marketing Digital:  
Posicionamiento web de la marca (seo), mayor alcance a posibles clientes.
- Edición y Producción Audiovisual:  
Videos, spots, cortometrajes, producciones audiovisuales de eventos importantes.

# OBJETIVOS DE LA MARCA

## GENERALES:

- Posicionar la marca en la web, siendo reconocida por su profesionalismo, calidad, responsabilidad y compromiso, superando las expectativas del cliente en cada uno de sus trabajos.
- Exponer el trabajo realizado por la marca a través de la red social de Instagram para que nuevos clientes se interesen y decidan contratar nuestros servicios.

## ESPECIFICOS:

- Incorporar la marca al mundo digital para que más personas la conozcan y contraten los servicios.
- Facilitar la contratación y la forma de contactar a través de la plataforma de instagram.
- Dar a conocer los servicios que la marca ofrece a todos los usuarios que estén interesados.
- Ampliar los servicios ofrecidos para que los usuarios tengan una marca versátil que satisfaga sus necesidades.
- Asesorar en servicios profesionales de fotografía, video, edición, marketing y community manager.
- Aumentar el nivel de interacción mediante contenido que sea atractivo para los usuarios.

## DAFO – FODA

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de redes sociales para promocionar los servicios.</li><li>• Sólo se trabaja en el área de San Salvador.</li><li>• No se cuenta con transporte propio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Por el virus del covid muchos eventos y proyectos han sido cancelados o reprogramados.</li><li>• Precios más bajos en el mercado laboral.</li></ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipo fotográfico profesional.</li><li>• Clientes satisfechos con nuestros servicios.</li><li>• Capacitaciones constantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Expansión de los servicios gracias a nuevos conocimientos y experiencias.</li><li>• Ampliación de la cartera de clientes por la digitalización en la red social de instagram.</li></ul>

## ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Analizar la competencia es fundamental a la hora de realizar una Estrategia de Marketing Digital; para ello, se debe hacer un estudio de las redes sociales con las que cuenta cada uno de ellos, el contenido que publican, como lo hacen, con qué frecuencia y que formatos utilizan como recurso.

IVON GARCIA, ASESORA DE COMUNICACIONES, tomo como principales competencias:

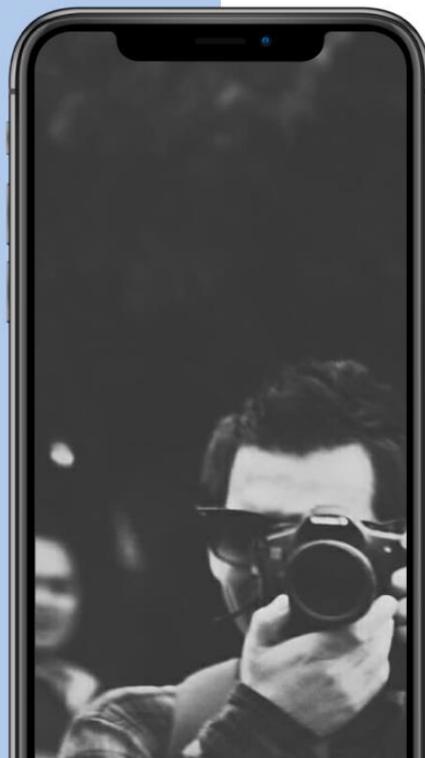
- **@Dennis\_Argueta:** Fotógrafo profesional de eventos y fotoperiodista. Cuenta con página web e instagram.
- **@Alexanderphotographer.sv:** Fotógrafo profesional de eventos (bodas, 15 años, entre otros). Cuenta con página web, instagram, fanpage y Pinterest.
- **@Veroenredes:** Community manager, estrategia y gestión de redes, posicionamiento SEO. Cuenta con instagram.

### DENNIS ARGUETA

FOTOGRAFÍA DE TODO TIPO DE  
EVENTOS,

Publica feeds con sus trabajos  
fotográficos

Realiza entre 1 a 10  
publicaciones al mes.  
Tiene link de su portafolio  
fotográfico en la descripción  
de su cuenta.



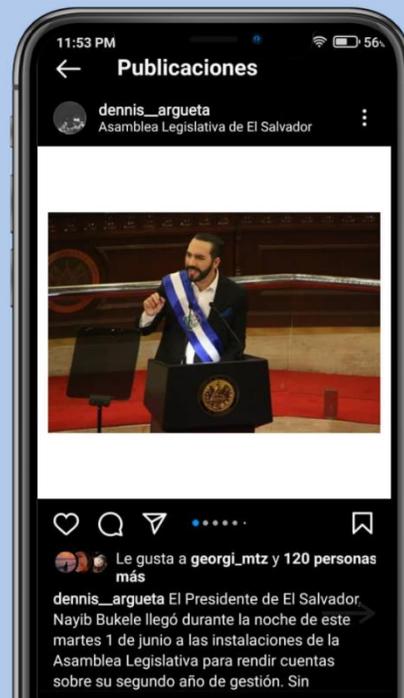
# DENNIS ARGUETA

En el copy write de sus publicaciones/ feed hace uso de muchos hashtag, coloca el lugar y describe el suceso o evento acontecido de cada fotografía.

Posee buena interacción de los usuarios que le siguen.

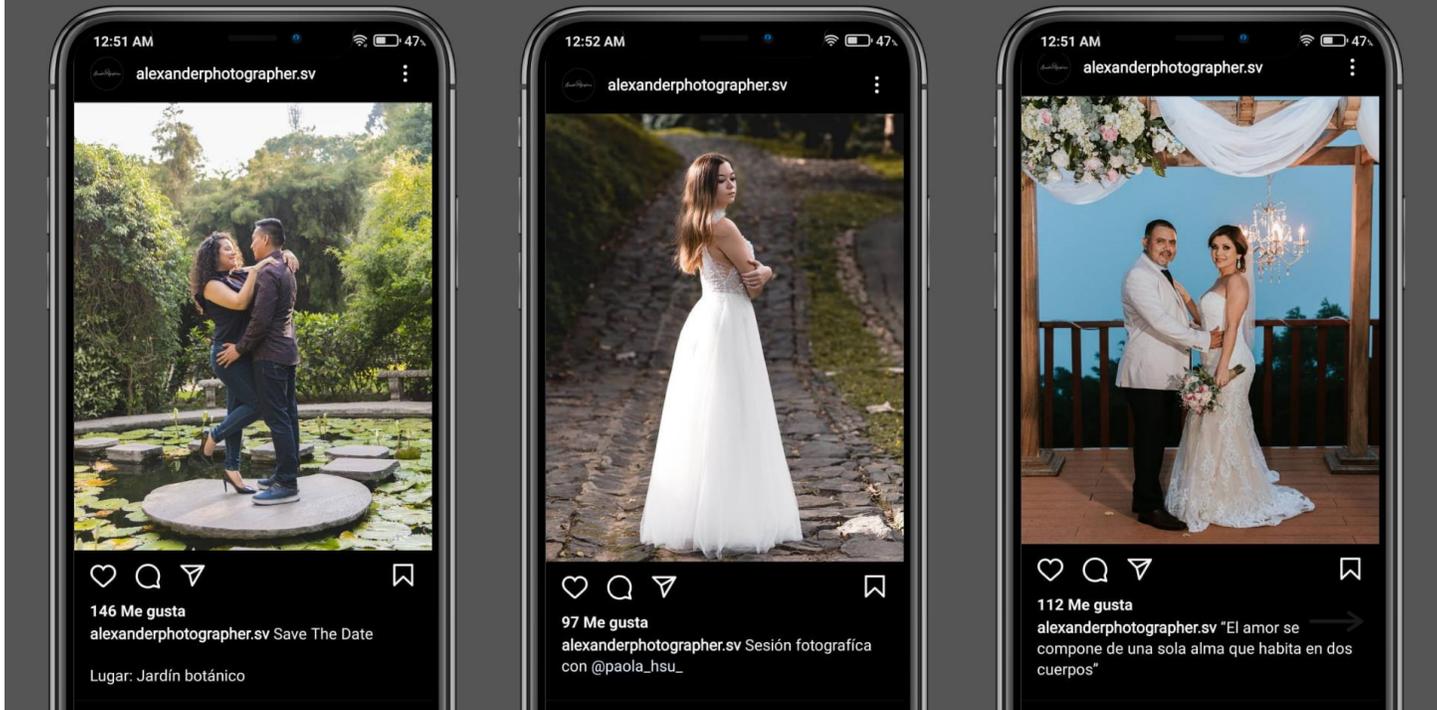


# DENNIS ARGUETA





# ALEXANDER PHOTOGRAPHER



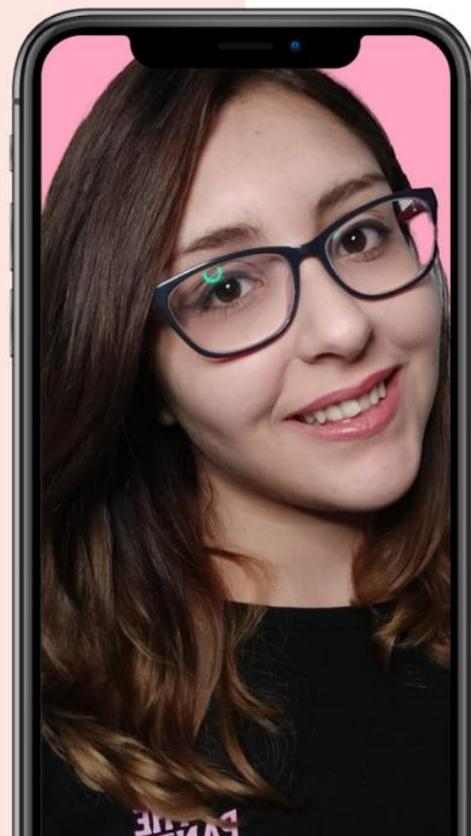
## VERO EN REDES

**COMMUNITY MANAGER, ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE REDES, POSICIONAMIENTO SEO**

Publica contenido de valor en cada publicación

Sus publicaciones eran diarias, pero en los últimos dos meses han disminuido sus publicaciones por mes.

Posee mucha interacción por parte de sus seguidores.



# VERO EN REDES



Publica historias a diario donde ofrece sus servicios. utiliza recursos de historias, feeds y highligh.

Su cuenta tiene CTA, mucha tonalidad rosa y el texto es muy grande lo que lo hace poco atractivo visualmente.



# VERO EN REDES



# BUYER PERSONA

## PÚBLICO META:

Personas, empresas, e instituciones que necesitan producciones audiovisuales para sus eventos, emprendimientos, marcas y redes sociales.

Interesados en posicionamiento SEO/SEM, que pretendan incrementar su negocio a través de los medios digitales.

## ¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?

Es una representación semi-ficticia de clientes ideales, interesados en conocer y adquirir nuestra marca. Los Buyer Persona permiten definir el público meta al que queremos llegar y así, brindarle el valor que se merece.

Con la creación de los buyer personas conocemos los intereses del cliente ideal, motivaciones, preocupaciones, retos, objetivos, circunstancias laborales, personales y sus necesidades.

A partir de los Buyer Personas nosotros podemos obtener posibles soluciones a problemas anticipadamente. La clave principal consiste en desarrollar un estudio detallado y minucioso de las personas que podrían estar interesados en la marca y buscar la forma de cómo influenciarlos y llevarlos a la compra de los productos y servicios.

## BUYER PERSONA



# HENRY URIAS

EMPRENDEDOR

Henry vive en San Salvador, tiene 33 años y le gusta pasar tiempo con su familia los fines de semana. Henry tiene un emprendimiento de venta de ropa, pero no posee redes sociales para promocionarlo. Él necesita de alguien que le ayude a posicionarse en la web, fotografiar su mercadería y manejar sus redes sociales.



Le gustan pasar tiempo con su familia en su tiempo libre

Le gusta la versitilidad en los atuendos



Quiere obtener mayores ganancias promocionando su emprendimiento en redes sociales.

Necesita de un community manager que se haga responsable de sus redes sociales

Su temor es no lograr sus objetivos de expandir su negocio

## BUYER PERSONA



### ILIANA GUILLEN

Profesional de la salud.



Iliana es enfermera en un Hospital de San Salvador, tiene 34 años y vive en Ilopango, tiene dos hijas y le encanta hacer fiestas familiares para cada ocasión especial. Su hija está próxima a cumplir 15 años y ella necesita de un fotógrafo con experiencia para retratar ese momento tan importante.



Le gustan las fiestas grandes con familia y amigos.



Vive con su esposo y sus dos hijas



Quiere hacer feliz a su hija con una fiesta para sus 15 años.



Posee un ingreso mensual de \$800

Quiere encontrar un buen fotógrafo que haga lucir más hermosa a su hija en las fotos de recuerdo.

Su principal reto es encontrar fotógrafos profesionales a bajo costo.

Su temor es que le alcance el dinero para la organización de la fiesta de 15 años y la comida de los invitados.

## BUYER PERSONA



# MARIO BUSTAMANTE

Artista

Mario es vocalista de una banda de rock de El Salvador, tiene 27 años y busca ayuda para grabar para sus videos musicales. Mario tiene una buena creatividad e ideas para sus videos pero no tiene conocimientos de edición, ni de fotografía profesional. Él necesita de alguien encargado de los materiales audiovisuales para la banda y hacerla conocer a través de sus redes sociales.

**Mario quiere alguien que grabe sus conciertos y tome fotografías de la banda.**

**Recibe un salario mensual de \$400**

**Necesita un fotógrafo y editor de contenido profesional y a bajo costo.**

**Su principal reto es producir material audiovisual profesional de la banda.**



**Su temor es que el dinero le alcance para pagar al fotógrafo, los viajes y viáticos durante cada evento.**



## CANALES DIGITALES

IVON GARCÍA, ASEORA DE COMUNICACIONES, implementará la red social de Instagram, una plataforma digital que gana gran popularidad, principalmente utilizada por jóvenes.

Instagram se ha convertido en una red social ideal para empresas que interactúan con sus clientes y promocionan sus productos o servicios. Actualmente es raro encontrar una persona que no se haya registrado a esta red social ya sea para publicar contenido o para consumir el contenido publicado por otros usuarios.

Por su amplio contenido audiovisual, sus herramientas y la versatilidad que en ella encontramos, que es uno de los principales objetivos que busca la marca, Instagram es una red puramente visual, por lo que es sumamente importante elaborar muy bien el contenido que se suba a dicha plataforma.

Así mismo, tiende a ser más atractiva visualmente, presenta producciones y contenidos audiovisuales (fotografías, imágenes y videos) a sus usuarios y otorga estadísticas de la actividad, logrando medir nuestra audiencia e identificando en que se puede mejorar.

La red social permite generar confianza con los clientes potenciales, crear relaciones con los seguidores, obteniendo mejores resultados y mayor cantidad de compras del producto o servicio promocionado.

Los recursos con los que Instagram cuenta nos permitirán obtener un mayor alcance y publicidad de los servicios que la marca ofrece, así como también, facilitará el acceso a contactarnos y categorizar el perfil en el área correspondiente para que las personas nos encuentren con facilidad.

## LINEAS DE CONTENIDO

- **CONTENIDO BRANDING:**  
Que ayude a dar a conocer y posicionar mi marca de manera profesional.
  - Historia de la marca.
  - Servicios que ofrece.
  - Actividades/ coberturas.
  
- **CONTENIDO DE VALOR:**  
Aportar nuevos conocimientos de tal manera que la marca proporcione contenido de calidad para el usuario.
  - Beneficios
  - Consejos
  - Tips.
  
- **CONTENIDO DE VENTA:**  
Informar a los usuarios las promociones semanales, paquetes que la marca ofrece de sus servicios
  - Promociones.
  - Paquetes.
  - Descuentos.
  
- **CONTENIDO DE INTERACCIÓN:**  
Para que el usuario participe y conozca más sobre la marca
  - Encuestas.
  - Preguntas.
  - Cuestionarios.

## LOGISTICA Y TRABAJO MENSUAL

IVON GARCÍA, Asesora de comunicaciones, realizará dos publicaciones diarias durante 15 días dentro de su plataforma de instagram: una historia por la mañana y un post o carrusel por la tarde, cada una con contenido de valor, branding o venta para que los usuarios se mantengan informados con un contenido versátil.

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	IMPLEMENTACIÓN
<b>BRANDING</b>	Dar a conocer la marca, obtener un mayor alcance con contenido versátil que atraiga la atención de los seguidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de piezas gráficas con información de la marca.</li> <li>• Piezas gráficas que den a conocer la marca.</li> <li>• Stories con logo de la marca.</li> <li>• Creación de contenido con CTA</li> </ul>
<b>ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN EN INSTAGRAM</b>	Mejorar la imagen de la marca, ofrecer incentivos para que los clientes se decidan por contratar los servicios, aumentando la comunidad online y las ventas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ofrecerán descuentos.</li> <li>• Promociones en paquetes de servicios.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDO</b>	Aportando nueva información que sea útil para los usuarios/ seguidores interesados en los servicios de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de piezas gráficas con buena información para los usuarios.</li> <li>• Consejos útiles de servicios que ofrece la marca.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN</b>	Que los usuarios/ seguidores se identifiquen con la marca, participen en el contenido publicado y sientan confianza en contratar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas en Stories.</li> <li>• Preguntas de interés para los seguidores.</li> <li>• Cuestionario en Stories.</li> </ul>

## KIP'S Y KEYWORDS

### KIP'S:

- EXHIBICIÓN DE LOS SERVICIOS:

¿Cómo medirlo?

A través de comentarios y mensajes preguntando por los servicios.

- FIDELIZACIÓN DE LOS SEGUIDORES:

¿Cómo medirlo?

Por la cantidad de usuarios que participan en encuestas o publicaciones que generan conversación.

- AUMENTO DE LA COMUNIDAD:

¿Cómo medirlo?

Por la cantidad de nuevos seguidores en instagram.

- MEJORAR EL ENGAGEMENT:

¿Cómo medirlo?

Con el número de interacciones de los seguidores con la marca, a través de likes, comentarios, etc.

### KEYWORDS:

- Marketing Digital.
- Fotografía.
- Social Media.
- Community Manager.
- Asesoría.
- Comunicaciones.
- Posicionamiento SEO.

## CALENDARIZACIÓN

<b>CALENDARIO DE OCTUBRE 2021</b>				
<b>IVON GARCÍA. ASESORA DE COMUNICACIONES</b>				
<b>FECHA/ HORA</b>	<b>TIPO DE CONTENIDO</b>	<b>FORMATO DE INSTAGRAM</b>	<b>COPY</b>	<b>N° DE PIEZA GRÁFICA</b>
viernes 1 11:30 am	Branding	Instagram Stories	****	1
4:30 pm	Branding	Post	Ivon García, asesora de comunicaciones, una marca versátil que pone a su disposición los servicios necesarios para eventos sociales y para personas interesadas en emprender su negocio o marca en redes sociales. (Emojis) #Asesoría #comunicaciones.	2
sábado 2 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	3
sábado 2 4:30 pm	Marketing de contenido de valor	Post carrusel	Asesorarte es muy importante cuando tienes una idea pero no sabes cómo llevarla a cabo. No te limites, se creativo y trabaja con personas especialistas en el desarrollo. No tengas miedo de realizar consultas y lograr mejores resultados. (Emojis) #Asesoría #Comunicaciones.	4.1-4.3
domingo 3 11:30 am	Branding	Instagram Stories	****	5
domingo 3 4:30 pm	Branding	Post	¿Sabes cuáles son nuestros servicios? (Emojis) Somos una marca versátil que te	6

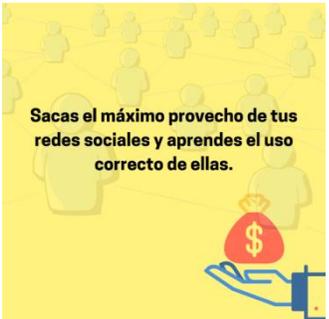
			ofrece todo lo que necesitas para posicionarte en la web y obtener producciones de calidad con asesorías profesionales. #Asesoría #Comunicaciones #Posicionamiento Seo.	
lunes 4 11:30 am	Branding	Instagram Stories	****	7
lunes 4 4:30 pm	Marketing de contenido de valor	Post	¿Sabes quién es la persona que está detrás de cada página que sigues? (Emojis) Los community manager son personas capacitadas en el manejo profesional de tus redes sociales. #CommunityManager #Comunicaciones.	8
martes 5 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	9
martes 5 4:30 pm	Marketing de contenido de valor	Carrusel	Ser community manager no sólo implica responder mensajes y comentarios de los clientes como muchos creen, requiere una ardua labor de análisis y estrategia basados en conocimientos previos, estudios profesionales. (Emojis) #Asesoría #CommunityManager #Comunicaciones.	10.1- 10.3
miércoles 6 11:30 am	Interacción	Instagram Stories	****	11
miércoles 6 4:30 pm	Ventas	Post	Aprovecha este mes de octubre de nuestras súper ofertas, escríbenos en DM (Emojis) y reserva la asesoría que más te interese. Asesórate con especialistas de calidad	12

			y obtén resultados increíbles en menos tiempo. #Asesoría #comunicaciones.	
jueves 7 11:30 am	Ventas	Instagram Stories	****	13
jueves 7 4:30 pm	Marketing de contenido de valor	Post	¿Quieres atraer clientes pero no sabes cómo? El marketing de tu marca es muy importante para aumentar las estadísticas en tus redes sociales y con ello obtener clientes. (Emojis) #Asesoría #Comunicaciones #Marketing Digital.	14
viernes 8 11:30 am	Branding de interacción	Instagram Stories	****	15.1- 15.2
viernes 8 4:30 pm	Branding	Post	¿Quieres ser de los primeros en los motores de búsqueda de google? Aprende sobre posicionamiento SEO con nosotros, envíanos un DM y conoce más sobre el mundo digital. #Asesoría #Comunicaciones #Posicionamiento Seo	16
sábado 9 11:30 am	Branding de interacción	Instagram Stories	****	17.1- 17.2
sábado 9 4:30 pm	Branding	Post	Ivon García, asesora de comunicaciones te ayudará al manejo de tus redes sociales, contáctanos por DM, será un placer atenderte. (Emojis) #Asesoría #comunicaciones.	18
domingo 10 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	19
domingo 10 4:30 pm	Marketing de contenido de	Carrusel	La luz es uno de los factores más	20.1- 20.3

	valor		importantes de toda fotografía, aprovecha la luz natural al máximo y evita efectos indeseados por culpa del flash. (Emojis) #Fotografía #Asesoría.	
lunes 11 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	21
lunes 11 4:30 pm	Branding	Post	Empiezas en el mundo de la fotografía y no sabes cómo cubrir un evento, ni cuanto cobrar, no te preocupes nosotros te asesoramos, envíanos un DM. #Comunicaciones #Fotografía #Asesoría.	22
martes 12 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	23
martes 12 4:30 pm	Branding	Post	Tu evento dura unas horas, pero las fotografías son recuerdos que durarán para toda tu vida. Invierte en ello. (Emojis) #Fotografía #Asesoría.	24
miércoles 13 11:30 am	Marketing de contenido de valor	Instagram Stories	****	25.1-25.2
miércoles 13 4:30 pm	Ventas	Post	Del 13 al 20 de octubre aprovecha del 50% de descuento en fotografía y video para el evento de tu elección. Reserva enviándonos un DM. #Fotografía #Comunicaciones.	26
jueves 14 11:30 am	Ventas	Instagram Stories	****	27
jueves 14 4:30 pm	Ventas	Post	Llego lo que tanto esperabas, realizamos tus producciones audiovisuales con el	28

			50% de descuento, envíanos DM y reserva el tuyo. #Comunicaciones #Asesoría #Fotografía #Video.	
viernes 15 11:30 am	Interacción	Instagram Stories	****	29
viernes 15 4:30 pm	Interacción	Carrusel	Estás próximo a tener un evento muy importante en tu vida y aún no contratas un fotógrafo (Emojis) ¿Qué esperas? Participa dando likes y comentando porque debes ser tu el ganador de esta dinámica. Tienes hasta el 31 de octubre para participar. #Asesoría #comunicaciones.	30.1- 30.2

# PIEZAS GRÁFICAS

<p><b>1</b></p> 	<p><b>2</b></p> 	<p><b>3</b></p> 
<p><b>4.1</b></p> 	<p><b>4.2</b></p> 	<p><b>4.3</b></p> 
<p><b>5</b></p> 	<p><b>6</b></p> 	<p><b>7</b></p> 
<p><b>8</b></p> 	<p><b>9</b></p> 	<p><b>10.1</b></p> 

10.2



10.3



11



12



13



14



15.1



15.2



16



17.1



17.2

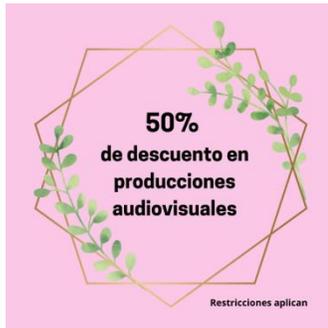


18



<p>19</p> <p>¿QUIERES REALIZAR UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE CALIDAD?</p> <p>¿Tienes clara la idea que deseas producir?</p> <p>Conoce las características de tu equipo</p> <p>Inspecciona el ambiente donde grabaras y su iluminación</p>	<p>20.1</p> <p>TIPS DE ILUMINACIÓN EN TU FOTOGRAFÍA</p>	<p>20.2</p> <p>PROCURA UTILIZAR LUZ DE DÍA SIEMPRE QUE SEA POSIBLE. "SERÁ TU MEJOR ALIADO"</p>
<p>20.3</p> <p>Evita el uso del flash</p> <p>Produce luz dura, lo que ocasiona sombras muy marcadas</p>	<p>21</p> <p>¿Quieres mejorar el contenido de tu marca en redes sociales?</p> <p>ANALIZA TU MARCA</p> <p>CREA SU FODA</p> <p>REALIZA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING</p>	<p>22</p> <p>Asesoría FOTOGRAFÍA</p>
<p>23</p> <p>Evita el uso del flash produce sombras muy marcadas</p>	<p>24</p> <p>"Quiero que fotografíes mi evento, pero ya gaste mucho..."</p>	<p>25.1</p> <p>CREA</p> <p>PLANIFICA</p> <p>OPTIMIZA</p> <p>TU CONTENIDO EN REDES SOCIALES</p>
<p>25.2</p> <p>PRODUCCIONES AUDIOVISUALES</p> <p>50% OFF</p>	<p>26</p> <p>50% DE DESCUENTO EN FOTOGRAFÍA Y VIDEO</p> <p>"Haz de tu día un momento inolvidable"</p> <p>IVON GARCÍA ASESORA DE COMUNICACIONES</p>	<p>27</p> <p>OFERTA ESPECIAL</p> <p>20% DESCUENTO EN ASESORÍAS</p>

28



50%  
de descuento en  
producciones  
audiovisuales

Restricciones aplican

29



¿Quieres ganarte una sesión de fotografía?

¡Quédate pendiente de nuestro próximo post en el perfil!

30.1



¿QUIERES GANARTE UNA SESIÓN FOTOGRÁFICA EN TU PRÓXIMO EVENTO?

30.2



COMENTA PORQUE QUIERES GANARLO EN ESTE POST Y PARTICIPA

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Peçanha, V. (2021, 10 enero). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia*. Rockcontent. Recuperado 17 de febrero de 2022, de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Pérez Solans, J. (2021, 18 agosto). *Qué Es Instagram, Para Qué Sirve Y Cómo Funciona Paso A Paso*. Escuela Marketing and web. Recuperado 17 de febrero de 2022, de <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>

*Qué es el Marketing Digital*. (s. f.). MD Marketing Digital. Recuperado 17 de febrero de 2022, de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Sordo, A. I. (2021, 25 octubre). *Qué es un Buyer Persona y cómo crearlo*. Hubspot. Recuperado 17 de febrero de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>