

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



ESTRATEGIA DIGITAL DIRIGIDA A INTIMATES BOUTIQUE

PRESENTADO POR:

LUCÍA JANET QUINTANILLA SERVELLON

CARNÉ: QS12009

**INORME FINAL DE ESPECIALIZACIÓN PARA MEDIOS DIGITALES Y REDES
SOCIALES PARA OPTAR TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO**

DOCENTE ASESOR:

LCDA. SILVIA MARÍA ESTRADA

CIUDAD UNIVERSITARIA MIÉRCOLES 23 DE FEBRERO SAN SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

PHD. RAÚL AZCÚNAGA

VICERRECTOR ACADÉMICO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN

SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MSD. ÓSCAR WUILMAN HERRERA

DECANO

MSD. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

VICEDECANA

MSD. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

ASESORA

LCDA. SILVIA MARÍA ESTRADA

ÍNDICE

RESUMEN.....	IV
INTRODUCCIÓN.....	V
PALABRAS CLAVE.....	VI
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	8
1.1 Posicionamiento de la marca en RRSS.....	8
1.2 Estrategia de contenidos en RRSS.....	9
1.3 Posicionamiento web SEO.....	10
OBJETIVOS.....	11
2.1 Objetivos generales.....	11
2.2 Objetivos específicos.....	11
2.3 Objetivos comerciales.....	12
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN.....	13
3.1 Servicios que ofrece, ubicación y distintivos.....	13
3.2 Tamaño de la empresa.....	13
3.3 Servicios, productos, precios.....	13
FODA.....	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	16
BUYERS PERSONA.....	18
CANALES DIGITALES A UTILIZAR.....	20

LÍNEAS DE CONTENIDO	21
CUADRO RESÚMEN DE LOGÍSTICA	
Y TRABAJO MENSUAL	22
KPI'S	24
ANEXOS	25

RESUMEN

Como trabajo final de la especialización en marketing digital, se ha realizado una estrategia digital dirigida a la marca Intimates Boutique, la cual ha sido creada desde cero para venta de lencería femenina en línea, para la plataforma de Instagram.

Iniciando con la creación del nombre, el cual fuera fácil de recordar para la audiencia y se relacionara con el objetivo de venta. Luego se diseñó el logo como imagen de la marca.

Nuestro publico final son señoritas de 18 a 30 años de edad con capacidad de compra, es decir nivel social medio, que estudie o labore. Por lo que se creo un feed de Instagram que estuviera relacionado a sus gustos, teniendo con anterioridad un calendario de publicaciones eligiendo el tono de voz con el que se trataría al cliente, la tonalidad de color las publicaciones por semana, los hashtags que son clave para crear un eslogan mental en el consumidor.

A partir de ello, se espera crear branding, el cual es el reconocimiento y fidelización de la marca por parte del cliente. Lo podremos comprobar estudiando el engagement que tengan las publicaciones, es decir su nivel de respuesta y aceptación, de este modo se comprueba si la estrategia en la marca fue satisfactoria, creciendo su nivel de followers, de likes, de comentarios y sobre todo de compras de los productos.

INTRODUCCIÓN

El presente informe final para la aprobación de la especialización en medios digitales y redes sociales, titulado “Estrategia digital dirigida a Intimates Boutique”, está enfocado en los métodos a seguir para el establecimiento de dicha marca en la red social Instagram y que esta logre tener alcance en la audiencia para que sea elegida y preferida por ellas para la compra de sus productos en línea.

Para su realización, se genera una estrategia de contenidos la cual tiene que ser más atractiva que las demás de la competencia, habiendo seleccionado e identificado, qué perfiles debemos superar, se crearon piezas gráficas las cuales van relacionadas con la estrategia de venta.

Estas incluyen la paleta de colores que identifican a la marca, los hashtags y la fórmula AIDA, en las publicaciones, para generar Atención, Interés, Deseo y Acción. Así, llamando al cliente con un lenguaje en el que se sienta identificado con el artículo y desee obtenerlo, llevándolo a la compra final.

Es importante de igual forma para la creación de una marca conocer sus puntos favorables y los que podrían ser negativos, por lo que se estudió el FODA, enfocado en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; para identificar los puntos a superar y poder posicionarse en la web SEO.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

El emprendimiento Intimates Boutique es una tienda en línea de lencería femenina, enfocada en brindar prendas de alta calidad a precios accesibles. Creada por Lucía Quintanilla, para llegar a ese grupo de personas interesadas en la moda y prendas sutiles.

Es una propuesta nueva, es decir tiene poco tiempo en el mercado digital, por tanto, surge la necesidad de tener un mayor alcance y que sea reconocida nacionalmente como una de las boutiques en línea con mejor contenido y productos para el cliente.



1.1 Posicionamiento de la marca en RRSS

Conectando con su audiencia en Intimates Boutique se ha creado un perfil de instagram: https://www.instagram.com/intimates__boutique/. Y en facebook: <https://www.facebook.com/Intimates-239291121332824>, es una página la cual solamente será utilizada para generar pautas y tener un mayor alcance en el feed de instagram de sus futuros seguidores, ya que es una marca nueva.

- Cuenta con un total de 25 seguidores en instagram.
- Se ha conseguido un engagement de interacciones realizadas del 25 por ciento en una de las fotografías con más likes y comentarios.

- El alcance se ha conseguido ya que, de estos comentarios realizados en dicha publicación, se consiguieron tres leads con ventas confirmadas para la zona de San Salvador.
- No se pueden evaluar las métricas porque el emprendimiento es reciente consta de menos de una semana, pero los seguidores van subiendo de acuerdo la página se populariza.

1.2 Estrategia de contenidos en RRSS

La estrategia de contenidos ha sido dirigida por el momento, a crear piezas gráficas entre una publicación con la fotografía del elemento a darle promoción para la venta (lencería) y luego una imagen con tonalidad pastel, siempre guardando el rosa característico de la femeneidad que guarda la marca. Esto para darle una imagen al feed de instagram más juvenil, cálido y sutil.

Además, como técnica se ha utilizado la fórmula AIDA, en las publicaciones, para generar Atención, Interés, Deseo y Acción. Así, llamando el interés del cliente con un lenguaje en el que se sienta identificado con el artículo y desee obtenerlo, llevándolo a la compra final.

La utilización de hashtags como #Soyintimatesboutique sirven de igual forma para captar al cliente que lo utilicen al subir una historia con el producto comprado, creando pertenencia.

Crear historias interactivas en las que los seguidores puedan participar dando su opinión a partir de encuestas, o que decidan entre opciones para conocer sus gustos y poder traer mercadería que consuman.

Otra forma que se utilizará para generar expectativa al momento de tener nuevas prendas son las historias, promover el nuevo contenido para que conozcan el producto y con Call to action, generar más interacciones y followers.

Calendario tipo feed de instagram, en el cual, se publicará cada semana tres publicaciones durante un mes.

Post de lencería con las fotos de la nueva colección	Contenido de valor sobre salud femenina	Post de lencería
Encuesta con diferentes estilos de ropa para conocer gustos	Frase motivadora o entretenida	Post mostrando la colección de bikinis
Video mostrando diferentes formas de sujetar la ropa intima	Post de lencería	Reel sobre body shapes y ropa interior adecuada a cada necesidad
Post de lencería	Frase motivadora o entretenida	Post de bikinis

1.3 Posicionamiento web SEO

A partir de la optimización del contenido con Key words, palabras clave que servirán para posicionarnos en la web y los buscadores de instagram, se pretende posicionarse en SEO para quienes busquen información relacionada nuestro rubro.

Las key words serán con temas que van acorde a la funcionalidad de la página, como los siguientes:

- Lencería coreana en San Salvador.
- Lencería femenina, delicada, cómoda, elegante.
- Ropa íntima sutil, con bordados frescos y suaves.

Tienda en línea en el área de San Salvador con prendas exclusivas para uso femenino.

OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales

- 1- Posicionamiento de la marca Intimates Boutique en Instagram, como una de las favoritas entre la comunidad joven femenina, para que sea reconocida y elegida por los usuarios.
2. Aumentar la presencia digital enfocado en la red social de Instagram, ya que es donde se muestra la marca promoviéndola y así, hacer crecer la comunidad de followers.

2.2 Objetivos específicos

1. Lograr recomendaciones a través de los call to action en dinámicas de etiquetar a otro usuario, para ver el contenido de la página y aumentar seguidores con posibles clientes.
2. Ganarse la confianza del cliente utilizando un tono ameno, para que este se sienta cómodo con la interacción, proporcionando un buen servicio al cliente.
3. Crear contenido interactivo que sea interesante para el público femenino, para no presentar un feed enfocado en ventas y productos sino también en contenido de valor.
4. Fomentar compras rápidas, en los que el cliente no tenga que esperar mucho tiempo para saber el precio de un artículo y sus especificaciones.

2.3 Objetivos comerciales

- Incrementar el número de seguidores en la página de instagram.
- Dirigirse al sector femenino de clase media.
- Incrementar la cantidad de interacciones que los usuarios hagan de la marca y con las publicaciones.
- Crear leads que se fidelicen con la marca.
- Establecer branding para que la marca sea reconocida, recordada y elegida por los futuros clientes.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN

3.1 Servicios que ofrece, ubicación y distintivos

Intimates Boutique ofrece la venta de lencería femenina, trajes de baño y todo lo relacionado a ropa íntima para señorita. Variedad de tallas desde petite (menor que la talla S), a Plus.

Con esto se pretende atraer a un número mayor de clientes por la amplitud en tallas y diseños, los cuales están desde los modelos convencionales a un poco más escotados, siempre manteniendo la elegancia sin caer en lo obscuro.

La marca va dirigida a tonos pasteles y suaves en lencería porque es el tono cromático que la caracteriza, y ofrece variedad de diseños, pero manteniendo la línea del nude.

Su ubicación es en San Salvador y los envíos de los artículos se hacen a domicilio en el mismo sector, con un costo extra de acuerdo a la distancia donde se encuentre el cliente.

El distintivo que diferencia a la marca Intimates Boutique se encuentra en la selección de las prendas, ya que es lencería coreana por tanto es muy femenina y a la vez discreta. Además, guarda la línea de colores blancos, rosa pálido y crema.

3.2 Tamaño de la empresa

Por el momento, la marca va iniciando y es un proyecto personal lanzado por mi persona para incursionar en las ventas en línea por instagram, por tanto, soy mi propia empresa.

3.3 Servicios, productos, precios

Servicios de venta de lencería en línea, con productos de uso femenino como bikinis y ropa íntima de calidad a precios accesibles que oscilan desde \$15 dólares por conjunto de lencería ya sea sostén y panti. De igual forma los bikinis que se publicarán cada uno tiene un valor de \$15 a \$20 dólares, ya sea de dos piezas o body. A esto se le aúna un valor de \$2 a \$3 dólares por envío dependiendo zona de lejanía en el departamento de San Salvador, se incluyen todos los municipios dentro.

FODA

Se ha realizado el siguiente análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta la empresa, de acuerdo a situaciones tanto exteriores como internas. Para ello, se analizaron los siguientes puntos:

Fortalezas:

Los puntos fuertes del emprendimiento Intimates Boutique:

- Alta calidad en sus prendas. La tela, las costuras, los encajes que traemos en Intimates Boutique son duraderos, los tejidos están finamente bordados, pero no son fáciles de romperse.
- Buen diseño de producto. Los estilos varían de acuerdo a la necesidad del cliente, tienen ese toque dulce y femenino que mujeres conservadoras pero juveniles buscan.
- Precios accesibles. Nuestros precios no varían de acuerdo a la calidad y se acoplan al que una joven de 20 años en adelante puede cancelar. Comprendiendo que nuestra marca está dirigida para chicas, se considera que algunas no cuenten con trabajo por su edad y se dediquen a estudios.

Oportunidades.

- Variedad de proveedores. Las prendas se compran en línea en páginas de ropa coreana, es decir, hay aproximadamente tres aplicaciones en internet de las que se pueden hacer los pedidos y tener más variedad en diseños.
- Bajo costo de materia prima. Los pedidos realizados de cada uno de los conjuntos rondan entre los \$5 a \$10 dólares, a esto se le suma el costo de envío por paquete.
- Aumento de demanda de un producto. A partir del sondeo realizado de algunas páginas en instagram, se logró constatar que las lencerías que ofrecen son en su mayoría eróticas y

muchas señoritas no busquen ese estilo. Por lo que, la demanda de conjuntos sutiles a bajo costo está en auge.

Debilidades.

- Por ser un perfil nuevo, aún no se cuenta con muchos seguidores en la página de instagram.
- La marca no es reconocida. No se ha logrado generar viralización de la marca, cabe destacar que tiene menos de una semana de lanzamiento.

Amenazas.

- Tiendas de lencería en línea con pautas pagadas diariamente, con seguidores de hasta 5 mil personas.
- Aumento de precios en envíos. La volatilidad con la que estas tiendas de servicios de ropa trabajan con las empresas de envíos internacionales es grande, ya que por ejemplo DHL ya no hace envíos y en algún momento se tendría que buscar otra alternativa, como las personas que prestan el servicio de mensajería de Estados Unidos a El Salvador.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Enfocándonos en la RRSS de instagram, las tiendas en línea que se dedican a vender lencería para dama con mayor posición en el mercado online son las siguientes:

- Soulsv.

-2ninelenceria.

- LenceriaSV.

La frecuencia de sus publicaciones es tres veces por semana, no publican muchas historias y aunque tengan gran cantidad de seguidores, el trato que se le da a las personas interesadas que comentan es nulo porque no hay amabilidad de contestar.

Aunque hagan pautas promocionales, no se da a conocer la idea del producto si no fuese por la imagen que lo acompaña.

Competencia	Facebook	Web	Instagram	Twitter
Soulsv	X		X	
2ninelenceria	X	X	X	
Lenceriasv.93	X		X	

✓ La publicación elegida por Soulsv es del 21 de agosto. Es de las más recientes con mayor cantidad de likes, 76 en esa publicación. La página cuenta con 4,345 followers.

Aunque tiene una cantidad moderada de seguidores, en sus publicaciones no hay muchos likes porque no describen el producto de una manera atractiva, no utilizan un tono al mostrar el producto sino solo hay alrededor de tres oraciones con las tallas y el precio.

Su feed sí es atractivo porque utilizan la modalidad de fotos en vertical cuadro por cuadro para formar una imagen completa, pero esta ya es una técnica vieja y ocupa mucho espacio que pudieran utilizar para hacer contenido interactivo no solo catálogo de fotos.

✓ 2ninelenceria cuenta con 4,291 followers y un atractivo web site. Esta es una publicación de algunos meses atrás donde consiguieron mayor cantidad de likes, ya que se pauto en facebook e instagram.

Se observó que no contestan sus mensajes y después de un tiempo dejaron de poner los precios de sus productos en las publicaciones.

Utilizan call to action para enviar a sus seguidores de instagram a su website, activan promociones con descuentos y tienen mayor estrategia en copy porque describen su producto, pero en pocas publicaciones, no es en todas.

✓ Lenceriasv.93 cuenta con 2,023 followers. Esta es una de las publicaciones con más likes, pero se pudo observar que en su mayoría las tallas que ofrecen son S, pequeñas.

Además, no contestan sus mensajes, ni describen el producto, las publicaciones se ven con tono pesado al dejar a todos sus posibles clientes sin contestación y publicando en ocasiones solo la talla del artículo, en algunas solamente postean la foto sin descripción.

BUYERS PERSONA

Los siguientes buyers están dirigidos al cliente objetivo e ideal que como marca se desea alcanzar, mediante sus intereses.

Datos demográficos

Mujer de 24 años.
Vive en San Salvador, Antiguo Cuscatlán.
Diseñadora gráfica graduada de Universidad Tecnológica.
Ingresos mensuales de \$600.
Vive con sus padres.



wendy Marroquín

Intereses

- Estar enterada de las nuevas tendencias en moda.
- Trabaja durante la semana y sus días de descanso visita restaurantes y centros comerciales.
- Crear contenido en redes sociales, es especial instagram.

Hábitos

Amante de las redes sociales, sigue muchas páginas de moda para crear sus propios outfits.

Objetivos

Tener su propia empresa de publicidad.

Retos

- Incrementar sus ahorros en los próximos dos años.
- Tener su propio espacio y mudarse sola.
- Estudiar una especialización.

Frustraciones

- No tener un sueldo más alto, aún teniendo una licenciatura.
- No poder obtener el estilo de vida que espera.

Datos demográficos

Mujer de 22 años.
Vive en San Salvador, Mejicanos.
Estudiante de Derecho en la Universidad de El Salvador.
Trabaja medio tiempo en un bufete de abogados.
Vive con sus padres.



Tatiana Guevara

Intereses

- Le gusta ser parte de las nuevas tendencias en trajes de baño y lencería, le gustan las prendas delicadas y cómodas.
- Es muy dedicada a verse bien por eso, va al gimnasio y tiene un estilo de vida saludable.
- Tener más seguidores en redes sociales, se enfoca en instagram.

Hábitos

Le gusta crear contenido multimedia enfocada en su persona, hace sesiones de fotos artísticas en lencería.

Objetivos

Culminar su carrera profesional y estudiar una especialización.

Retos

- Cambiar de sitio laboral en los próximos años.
- Tener un salario más alto
- Estudiar una especialización.

Frustraciones

- No contar con un empleo a tiempo completo.
- No obtener el suficiente reconocimiento laboral.

Datos demográficos

Mujer de 27 años.
Vive en San Salvador, Soyapango.
Graduada en Administración de empresas de la Universidad Don Bosco.
Trabaja en call center Skys.
Ingresos mensuales de \$800.
Vive con sus padres.



Cristina Medina

Intereses

- Le apasiona la fotografía.
- Compras en línea ya que no tiene mucho tiempo libre.
- Está al tanto de las promociones en instagram.

Hábitos

Modela en su medio tiempo ya que posee un excelente físico y le gusta la moda.

Objetivos

Cambiar de entorno laboral y de sitio residencial.

Retos

- Cambiar de trabajo en los próximos dos años.
- Estudiar una maestría en finanzas.

Frustraciones

- No trabajar acorde a su carrera universitaria.
- Vivir lejos de su trabajo.

CANALES DIGITALES A UTILIZAR

La red social a utilizar será instagram con el usuario de Intimates Boutique en el cual, se hará distribución de contenidos con publicaciones sobre la marca, sus artículos y otros interesantes para promover las interacciones.

Con la creación de material para compartir como post para instagram, historias, contenido de valor y fotografías de los productos.

Se eligió instagram ya es uno de los medios más inmediatos para promover fotografías e historias, por ser una marca de lencería es más fácil que más mujeres miren nuestro producto.

LÍNEAS DE CONTENIDO

Todas las líneas de contenido serán enfocadas hacia la red social de Instagram.

- Función informar. Branding dando a conocer sobre los servicios que se ofrecen en la venta de artículos femeninos, lencería y bikinis. Además, servicio de envío en el área metropolitana de San Salvador, a través de imágenes de la lencería y creación de piezas gráficas.

- Contenido de valor, Función Enseñar. Enfocado diseñar pieza gráfica para brindar consejos a la comunidad femenina sobre salud, con la temática de ginecología, el cuál es un tema poco mencionado, pero de gran interés para las mujeres. De esta forma creando empatía e interés en la comunidad.

- Función entretener. Reels con contenido de valor sobre body shapes y qué tipo de ropa se ajusta mejor para sentirte más cómoda.

- Función informar. Generar branding con las fotografías de la nueva lencería y bikinis, atrayendo por los colores de la fotografía y copys interesantes, describiendo las prendas para que las mujeres se sientan identificadas.

- Función entretener. Generar contenido interactivo a través de historias con encuestas y votaciones para conocer mejor las preferencias de nuestros clientes. Mostrando diferentes diseños y que ellos elijan el de su preferencia.

-Función inspirar. Crear un feed con paleta de colores pasteles entre la fotografía con colores cálidos de lencería y luego una pieza gráfica de color nude. Esto mostrará un perfil más femenino y sutil a la vista del cliente.

- Función informar. Marketing de contenidos enfocados en dar a conocer las dinámicas para ganar sorteos, empleando call to action, para que los seguidores etiqueten a más personas y así crecer en número de followers.

CUADRO RESÚMEN DE LOGÍSTICA Y TRABAJO MENSUAL

Productos a realizar, red social instagram:

Semana	Actividad
1° Semana de octubre.	<ul style="list-style-type: none"> - Post de Bikinis en feed de instagram. Marketing de contenidos. - Contenido de valor. - Post de lencería. Marketing de contenidos.
2° Segunda semana	<ul style="list-style-type: none"> - Reel con contenido de valor sobre cómo elegir las tallas correctas de acuerdo a tipo de cuerpo. - Post de lencería. Marketing de contenidos. - Contenido de valor sobre diferentes outfits para utilizar un conjunto de encaje.
3° Tercera semana	<ul style="list-style-type: none"> - Post de marketing de contenidos mostrando la lencería y bikinis disponibles. - Post branding para atraer más clientes haciendo call to action tageando a una amiga. - Contenido de valor, pero para conocer gustos y preferencias con encuestas. Infografía.
4° Cuarta semana	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing de contenido en post de lencería. - Contenido de valor sobre salud femenina.

- Marketing de contenido informando concurso de giveaway de un conjunto de lencería y así ganar seguidores.

KPI'S

Las métricas dentro de la estrategia digital irán dirigidas a cumplir los objetivos durante un periodo de seis meses para evaluar resultados satisfactorios.

- Enfocándonos en aumentar una cantidad de 100 seguidores por mes. Si en una semana de crear la página se consiguieron 30 seguidores sin haber lanzado ninguna publicidad, llevando a cabo la estrategia se evaluarán semana a semana el aumento de estos.

- Medir el engagement, con los factores de Me Gusta, Comentarios y seguidores que de estos resulten. Es decir, medir las interacciones que resulten de las publicaciones posteriores.

- Medir el Alcance mensual que tenga el perfil de instagram, verificando el número de usuarios que ven las publicaciones y las Impresiones, es decir, las veces totales que se ha visualizado dichas publicaciones. Esto nos ayudará a saber cuáles son los temas preferidos o los copys que han generado mayor impacto.

- Interacciones con el contenido. Aquí se evaluará si las dinámicas de sorteo han tenido efecto al atraer a más seguidores a nuestra cuenta y si estos, han aumentado el número de followers.

CALENDARIO DE CONTENIDO

A continuación, se muestra el calendario de contenido de 15 días de publicaciones para la red social de Instagram, en el cual se incluye el día de publicación, el texto del que irán acompañadas las imágenes y cómo irán distribuidas en el transcurso de las semanas.

ANEXOS

Calendarización					
Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Viernes 1 de octubre	10:00 am	Post de bikinis en feed de Instagram (una sola publicación con varias imágenes de la colección).	Branding	<p>Cualquier día es perfecto para la playa. Siéntete cómoda y fresca con los estilos más trendy en Intimates Boutique. Telas suaves con detalles femeninos. 🌸🍷</p> <p>Todos los estilos desde la talla S a XL, precio por unidad de \$15 dólares. Escribenos y te daremos una mejor asesoría.</p> <p>#Soyintimatesboutique</p>	

Sábado 2 de octubre	9:00 pm	Contenido de valor y marketing de contenidos.	Interacciones	<p>¡¡Ponte ese bikini!!</p> <p>👗🍷🌸</p> <p>Todo cuerpo es hermoso y aceptarnos tal cómo somos es un proceso importante. En Intimates Boutique te ayudamos a conocer cuál es el estilo que más te favorece para que realices tus atributos.</p> <p>Danos follow y encuentra el bikini que estabas buscando.</p> <p>#Soyintimatesboutique.</p>	
	12:00 pm	Historias mostrando lencería a la venta	Interacciones	<p>¿Te gusta este estilo? Me encanta// Lo amo.</p>	

	12:15 pm	Historias mostrando lencería a la venta	Interacciones	¿Qué tal este otro? Súper sweet// Delicado.	
Lunes 4	9:00 am	Post de lencería (en una sola publicación en el feed con las fotos del producto disponible).	Branding	Entre los conjuntos que necesitas tener en tu armario se encuentran los bodysuit, una prenda súper flexible, así como femenina. Con bordados florales y escote alto, las telas de nuestra lencería coreana te garantizan sentirte	

	9:15 am	Historia promocionando el nuevo post en instagram	Branding	Nuevo post.	
Martes 5	11:00 am	Reel con contenido de valor sobre body shapes y cómo elegir las tallas correctas de acuerdo al tipo de cuerpo.	Interacciones	Existen diferentes tipos de cuerpos femeninos y para ellos estilos diferentes de prendas para que luzcas siempre fabulosa. Etiqueta a tu amiga para que juntas encuentren la mejor opción en moda para para su body shape. ❤️ #Soyintimatesboutique #Intimateslencería	
Miércoles 6	10:00 am	Historia de Instagram con encuestas para saber gustos y preferencias.	Interacciones	Dormir a la moda siempre será la opción.	

				<p>¿Cómo prefieres tus pijamas? Suaves y cómodas// Sexys.</p>	
	01:00 pm	Post de Instagram promoviendo los productos de la marca.	Branding	<p>¿Estás en busca de lencería femenina, sutil y suave? En Intimates Boutique encuentras bordados finos y delicados, destacando tu lado sweet y sintiéndote linda por dentro y por fuera, todo el día. ✨</p> <p>Danos follow y conoce nuestros productos, lencería koreana con envíos a todo San Salvador.</p> <p>#Soyintimatesboutique</p>	

Jueves 07	9:00 am	Historias mostrando los productos disponibles.	Branding	<p>Bodysuit</p> <p>¿Ya viste nuestros nuevos bodys? Next Story.</p>	
	9:15 am	Historias mostrando los productos disponibles.	Branding	<p>Es una prenda de lencería que se adecúa perfectamente con un outfit casual.</p> <p>Next, please...</p>	

	9:30	Historias mostrando los productos disponibles.	Branding	<p>Escríbenos y pregunta por tu talla.</p> <p>Body de encaje más jeans igual outfit 100.</p>	
Viernes 08	11:00 am	Post de Instagram mostrando ropa interior de encaje y cómo combinarla en un look de día.	Interacciones	<p>Combina tus bodys de encaje para un look casual de día o de noche. Puedes hacer combinaciones con tonos pasteles o con una paleta negra más rebel.</p> <p>□</p> <p>Juega con tu lencería creando diferentes estilos, todo depende de la ocasión. Muestra seguridad y elegancia con nuestros estilos de encajes. Encuentra estos estilos y más, escribenos al DM.</p>	

					
Sábado 09	8:00 am	Post de bikinis en feed de Instagram (una sola publicación con varias imágenes de la colección). Con contenido de valor, informando sobre los beneficios de cada estilo.	Branding	<p>¿Cuál es tu traje de baño favorito, dos piezas o enterizo? 🌀</p> <p>Recuerda que en Intimates Boutique puedes encontrar lo que mejor te favorezca y te sientas más cómoda.</p> <p>Los enterizos dibujan una figura más estilizada sin mostrar mucha piel.</p>	

	8:15	Nuevo post de Instagram mostrando los nuevos estilos en trajes de baño.	Branding.	Mientras los bikinis con texturas crean un efecto de volumen en la parte alta del traje de baño. Elige tu favorito. New post.	 
--	------	---	-----------	--	--

Lunes 11	8:00 am	Historia interactiva	Interacciones	En Intimates Boutique te deseamos una excelente semana. Pendiente de nuestras historias, tenemos sorpresas para ti.	
Martes 12	8:00 am	Post de sorteo para generar más followers e interacciones.	Branding.	Porque cualquier día es bueno para regalar, en Intimates Boutique te queremos premiar por elegirnos. 🎁 Sigue la siguiente dinámica y ganarás un hermoso conjunto de cuatro piezas con bata y short de seda, junto a top y pantie de encaje negro súper sexy y cómodo. ✓ Tienes que seguir la página de Instagram Intimates Boutique y	

	8:15 am	Historia dándole promoción al Giveaway.	Branding.	<p>darle like a esta publicación y compartirla en tu historia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Luego, taguea a tres amigas más que hagan lo mismo dándole like a tu comentario, compartiendo y siguiendo nuestra página. ✓ Utiliza el hastagh #Soyintimatesboutique en tu publicación. ✓ El comentario con mayor cantidad de likes y realizando los pasos del sorteo, recibirá este hermoso conjunto. El ganador será anunciado en dos semanas, ¡Sueertee! 	 
--	---------	---	-----------	--	---

Miércoles 13	9:00 am	Historia promocionando la lencería.	Branding.	¿Cuál estilo es tu favorito?	 
	9:15 am	Historia promocionando la lencería.	Interacciones	Esríbenos al dm. Tallas S a XL. Intimates Boutique.	

<p>Jueves 14</p>	<p>10:00 am</p>	<p>Post de intagram promoviendo la lencería.</p>	<p>Branding</p>	<p>Entre las tendencias más delicadas siempre se encontrarán los corset, colores cálidos que denotan ternura y suavidad. Lencería que, a su vez, se ajusta en un outfit casual.</p> <p>#Soyintimatesboutique. Síguenos y pregunta por tu favorito.</p>	 
<p>Viernes 15</p>	<p>1:00 pm</p>	<p>Contenido de valor sobre salud femenina, enfocado en la ginecológica.</p>	<p>Interacciones.</p>	<p>Sabemos que la salud femenina es muy importante y como mujeres necesitamos estar informadas.</p> <p>Por ello, te dejamos este post para que estés enterada sobre algo tan común pero tomado como tema tabú.</p>	