

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



Estrategia de Marca Personal: de Rosa Portillo

Presentado por:

Rosa Elia Portillo Rivera

Carnet: PR15019

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

Docente del Curso de Especialización: Silvia María Estrada

Ciudad Universitaria, 24 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. 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 CUBIAS

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO

SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Índice

Resumen.....	IV
Introducción.....	V
Situación actual de la marca	6
Objetivos de la marca.....	7
KPI'S de la marca.....	7
Descripción de la marca.....	8
FODA	9
Redes sociales de la marca.....	10
Análisis de la competencia	11-14
Buyer persona.....	15-16
Líneas de contenido.....	17-18
Calendario de contenido.....	19-32
Referencias bibliográficas.....	33

RESUMEN

Presentación de la Estrategia de Marca Personal de Rosa Portillo como consultora de Marketing Digital. Es el proyecto final del Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales, el cual representa una alternativa en los procesos de grado para optar al título de Licenciatura en Periodismo.

El proyecto refleja la situación inicial de la marca personal de Rosa Portillo, analizando sus métricas KPI's, su competencia y planteando objetivos a lograr a corto, mediano y largo plazo. En el mismo proceso se desarrolla el perfil de un cliente ideal de la marca, esto con el objetivo de crear contenido dirigido a estos perfiles y potencializar el posicionamiento en redes sociales.

Por ello, en la última fase de este plan, se organiza el contenido idóneo a publicar en la red social de Instagram dependiendo de los intereses, aspiraciones y necesidades de su público meta.

Esta estrategia de marca personal es similar a la de una empresa o un negocio emergente, con la diferencia que se trata del perfil de una persona dando a conocer sus conocimientos, productos o servicios.

Ese es el caso de la marca de Rosa Portillo, la cual surge con el ideal de asesorar y acompañar a emprendedores, pequeñas y medianas empresas a crear su estrategia de marketing digital, crecer en el mundo de las redes sociales y, principalmente, a llegar a sus posibles clientes.

Palabras clave:

Marca personal, Consultora digital, Marketing digital, Redes Sociales, Posicionamiento SEO, Buyer persona, Creación de contenido, Social media, Community manager, Branding, Diseño.

INTRODUCCIÓN

El mundo digital se encuentra en constante evolución, en consecuencia, los procesos comunes como vender un servicio o producto han trascendido a estos espacios de comunicación constante. Es por todo esto, que resulta necesario conocer cada una de las herramientas que ofrecen las redes sociales y todos los canales digitales.

El Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales representó una innovación no solo en los procesos de grado, sino en la preparación de nuevos profesionales especialistas en las nuevas tecnologías.

Este informe representa una herramienta de pasos a seguir para la creación y desarrollo de un perfil comercial en redes sociales, mismo que se desarrolló partir de la Estrategia de Marca Personal de Rosa Portillo.

El manual incluye los pasos a tener en cuenta para crear una marca desde cero, incluyendo: estado actual, análisis FODA, descripción general de la marca, estudio de la competencia, objetivos de la marca, métricas, perfiles de buyer persona, red social a utilizar, líneas de contenido, logística de trabajo mes a mes y el calendario de contenido a publicar.

La implementación de una estrategia siguiendo los pasos que aquí se presentan puede mejorar la situación de una marca, empresa o emprendimiento emergente, ya que proporciona el conocimiento necesario para acercarse a sus posibles clientes y mejorar su posicionamiento en redes sociales.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Es la cuenta de una periodista salvadoreña de 23 años de edad, interesada en las redes sociales y en la comunicación digital.

La marca de Rosa Portillo surge con la idea de generar oportunidades a emprendedores, pequeñas y medianas empresas o personas que quieran potencializar su marca personal en el amplio mundo de las redes sociales.

Es una marca personal que actualmente intenta posicionarse y acercarse con posibles socios o clientes a través de la red social Instagram.

Este perfil de marca personal iniciará por dar a conocer sus objetivos, aspiraciones y servicios a sus seguidores en redes sociales. Finalmente, espera que el público meta solicite de su conocimiento en marketing digital y redes sociales para apoyarlos a posicionar sus marcas.

Logo de la marca



OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

- Posicionar la marca frente al público objetivo en la red social Instagram.
- Aumentar la lista de seguidores potenciales a 2000 durante el primer año.
- Fidelizar a los clientes y aumentar su interacción con la marca.

Objetivos específicos:

- Desarrollar líneas de contenido versátiles que incluyan contenido de valor, interactivo y de servicios.
- Definir el contenido diario que fidelice a mi público y mejore mi posicionamiento en la red social.
- Implementar un nuevo canal digital que se adapte a las necesidades de mi público objetivo.
- Garantizar una comunicación interactiva y participativa entre mi público y mi marca.

KPS'S: Los KPI son indicadores que miden el desempeño de la empresa en un proceso. La evaluación constante de los KPI es fundamental para que la empresa logre los resultados deseados y comprenda dónde está y cómo puede mejorar. (SYDLE, 2021)

KPI'S de la marca de Rosa Portillo:

- Nuevos seguidores en la página.
- Likes obtenidos en las publicaciones mes a mes.
- Comentarios en las publicaciones.
- Reproducciones de los reels.
- Publicaciones guardadas por los usuarios.
- Respuestas en historias de Instagram.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Esta marca busca generar accesibilidad y oportunidades a emprendedores, empresas o personas que quieran potencializar su marca en las redes sociales. Además, busca asesorarlas y acompañarlas durante el proceso de posicionamiento en el entorno digital.

Los servicios que ofrece de Rosa Portillo están relacionados al área de comunicaciones y marketing digital.

Servicios:

1. Diagnóstico de marcas

- Evaluación y análisis de la situación actual de las empresas o marcas personales.
- Desarrollo de los objetivos generales y específicos que la marca debe alcanzar.

2. Estrategia de Marketing Digital

- Diseño estrategias digitales.
- Estudio de la competencia y público meta.
- Creación de calendarización y líneas de contenido a destacar.
- Plantear las directrices para el posicionamiento de las marcas en redes sociales.

3. Branding

- Acompañamiento en el proceso de creación y desarrollo de una nueva marca.
- Asesoría sobre el nombre la marca.
- Diseño o rediseño de logo.
- Desarrollo de la visión y misión.
- Construcción del FODA de la marca a crear.

4. Social Media

- Creación de perfiles empresariales.
- Creación de contenido (ideas).
- Diseño de contenido (artes).
- Redacción de copy o textos creativos.

FODA

Las siglas FODA son un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, e identifican una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, institución o persona. (Significados, 2022)

Es decir, a través del FODA se logran conocer las fortalezas y oportunidades que se tienen con el objetivo de potencializarlas y aprovecharlas. Y, además, se logran identificar las debilidades y amenazas con el fin de prevenir o buscar posibles soluciones.

A continuación, el análisis FODA realizado a la marca personal de Rosa Portillo.

Fortalezas:

- Conocimiento sobre marketing digital y redes sociales.
- Habilidad en el manejo de redes sociales.
- Experiencia como social media y community manager.
- Diversificación de servicios.

Oportunidades:

- Competidores con poca presencia en redes sociales (a nivel nacional).
- La mayoría de personas están comunicadas virtualmente.
- Las tendencias de consumo están en constante crecimiento en las redes sociales.

Debilidades:

- Es una marca que inicia, por lo que cuenta con poco alcance.
- No posee posicionamiento SEO.
- Manejo básico de programas de diseño gráfico.

Amenazas:

- Empresas emergentes que ofrecen el mismo servicio.
- Poco interés de emprendedores o PYMES en implementar estrategias de marketing digital.
- Existencia de marcas que realicen su propio marketing sin asesoramiento.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

La marca personal de Rosa Portillo usará la red social de Instagram para dar a conocer su trabajo y servicios, ya que es una red en constante crecimiento de usuarios y por ende un nuevo mercado profesional.

Instagram ofrece a las marcas muchas opciones para presentar mi contenido y acercarse al público objetivo, entre estas opciones están: post, reels, IGTV, stories y lives, lo que la convierte en una plataforma versátil y amigable a los gustos y preferencias de muchas personas.

Instagram, además, permite categorizar el perfil con relación a la marca, brinda estadísticas precisas de cada contenido publicado y agrega botones de contacto facilitando el acercamiento con el público meta.

Además, se creará y utilizará una fan page en la red social Facebook, pero esta página permanecerá oculta ya que solo se utilizará para desarrollar la estrategia de pauta.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia es el proceso que pone en práctica una empresa para saber cómo actuar en el ambiente competitivo, el cual empieza reconociendo a sus competidores para determinar cuáles son sus principales objetivos, estrategias, puntos débiles y fuertes. (Quiroa, 2020)

En este sentido, la marca de Rosa Portillo analizará el perfil de 4 marcas que representan su competencia directa.

Redes sociales de mi competencia:

Nombre de la marca	Instagram	Facebook	Twitter
Beatriz Acosta	X	X	
Ulises Gallegos	X	X	
Diana Hernández	X		

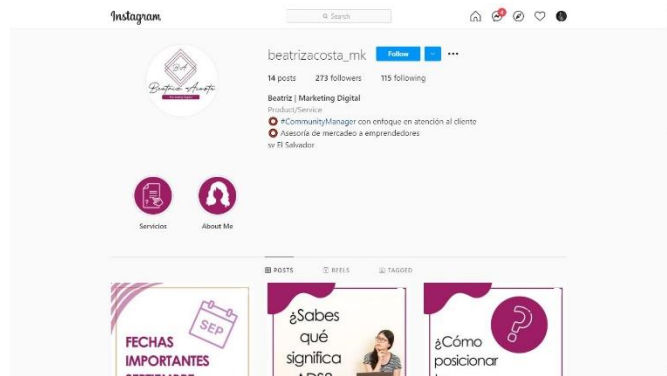
Análisis de la marca Beatriz Acosta

Datos Generales	
País	El Salvador
Seguidores de Instagram	273
Seguidos en Instagram	115
Post en Instagram	13
Reels	1
Primer Post	21 de septiembre de 2020
Seguidores en Facebook	100
Post en Facebook	18

Realiza publicaciones con fotos de ella y agrega copys enfocados al posicionamiento en redes sociales, su experiencia y sus servicios. Posee una línea gráfica uniforme.

De sus posts, 2 son contenido de valor y hace una fusión entre el arte y los copys. Realizó un giveaway ofreciendo sus servicios a sus seguidores y clientes. Esta dinámica alcanzó más de 100 likes. Publica aproximadamente cada mes.

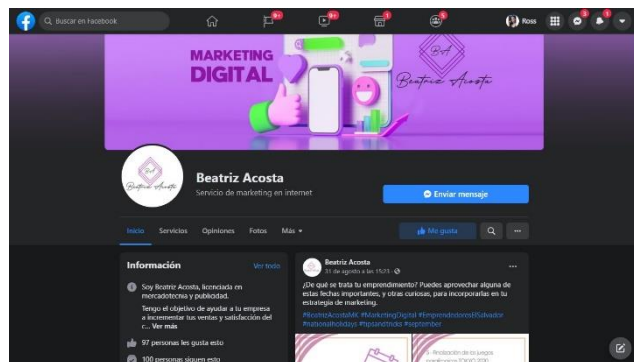
- Vista de su Instagram:



- Contenido de valor en sus redes:



- Vista previa de su página de Facebook:



Análisis de la marca Ulises Gallegos

Datos Generales	
País	El Salvador
Seguidores de Instagram	15.8 K
Seguidos en Instagram	577
Post en Instagram	976
Reels	1
Primer Post	24 de septiembre de 2012
Seguidores en Facebook	965
Post en Facebook	144

Sus publicaciones son fotos de él, su familia, su trabajo y distintas ponencias o foros a los que es invitado como consultor en Marketing Digital.

No posee una línea gráfica uniforme.

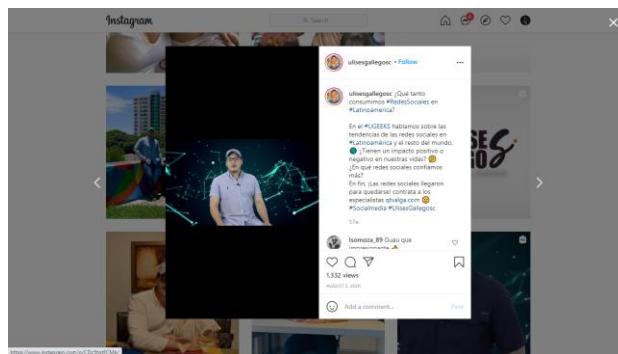
Sus publicaciones desde hace 3 años alcanzan entre 500 y 3000 reacciones.

Aprovecha su cuenta para promocionar sus charlas y comparte videos con datos, trucos e información sobre marketing. Publica cada 2 o 3 días, sin embargo, sube historias a diario.

- Vista de su Instagram:



- Vídeos de contenido de valor:



- Vista previa de su página de Facebook:



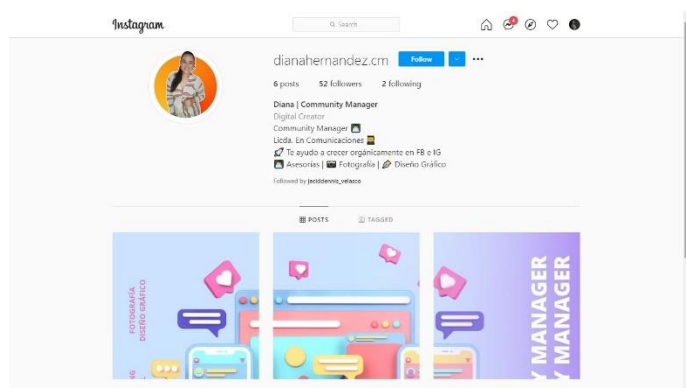
Análisis de la marca Diana Hernández

Datos Generales	
País	El Salvador
Seguidores de Instagram	52
Seguidos en Instagram	2
Post en Instagram	14
Reels	X
Primer Post	14 de agosto de 2021
Seguidores en Facebook	X
Post en Facebook	X

No brinda un manejo adecuado a la red social.

En sus publicaciones, solo cuenta con un mosaico en el que nombra los servicios que ofrece como marca personal.

- Vista de su Instagram, únicamente ha publicado un mosaico:



BUYER PERSONA

Buyer persona, o simplemente persona, es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares. (Siqueira, 2021)

Para la marca personal de Rosa Portillo, se han creado tres perfiles de Buyer persona, con el fin de presentar al cliente ideal para los servicios que se ofrecen.

Buyer persona 1:

Adriana Valle

HÁBITOS

- Se ejercita diariamente.
- Hace uso regular de redes sociales especialmente Instagram y WhatsApp.
- Disfruta ver series y películas en plataformas de streaming.

TEMORES

- Afectar a su empresa al dedicarle nada o poco tiempo a las redes sociales de su marca.
- No lograr la meta mensual y no cumplir con el pago a sus colaboradores.
- Desconfianza en la efectividad de las estrategias de marketing.

PERFIL

- Trabajo: Propietaria y directora de una agencia de organización de eventos.
- Estudios: Licenciada en Administración de empresas.
- Adulta casada sin hijos.

INTERESES

- Le interesa conocer el nuevo mercados de las redes sociales.
- Mantiene una vida social activa.
- Le gusta actualizarse en lo relacionado a su agencia.
- Disfrutar el tiempo con su esposo.

RETOS

- Aumentar los contratos para organización de eventos que realiza al mes.
- Convertir su agencia en una de las más competitivas en redes sociales.
- Mejorar la imagen de su empresa y fidelizar a su público con más y mejor contenido.

DATOS DEMOGRÁFICOS

- Mujer, 37 años.
- Vive en casa propia en Santa Tecla, San Salvador.
- Ingresos: Alrededor de USD\$750.00 al mes.

OBJETIVO

- Ser reconocida a nivel nacional como una de las mejores empresas de organización de eventos.

Buyer persona 2:



Danilo Torres

PERFIL

- Trabajo: Propietario de 2 librerías a nivel nacional.
- Estudios: Licenciado en Letras.
- Adulto casado con 2 hijos.

HÁBITOS

- Dedica tiempo de su día a la lectura.
- Poco uso de redes sociales.
- Frecuenta espacios culturales.
- Dirige y vende en una de sus librerías.

TEMORES

- Poco conocimiento sobre medios digitales y redes sociales.
- No disponer de tiempo para manejar una red social y con ello reducir sus ventas.
- Desconfianza en los resultados de la implementación de estrategias de marketing.

DATOS DEMOGRÁFICOS

- Hombre, 56 años.
- Vive en casa propia en San Salvador, San Salvador.
- Ingresos: Alrededor de USD\$900.00 al mes.

INTERESES

- Le gusta adaptarse a las nuevas tendencias de negocio y mercado.
- Le interesa conocer sobre la literatura nacional e internacional.
- Dedica los fines de semana a compartir con su familia y amigos.

RETOS

- Posicionar su marca en redes sociales.
- Aumentar las ventas en el plazo de un año.

OBJETIVO

- Crecer lo suficiente en el mercado para abrir una próxima sucursal.

Buyer persona 3:



Isabel García

PERFIL

- Trabajo:Emprendedora (dueña de 2 tienda de ropa femeninda).
- Estudios: Bachiller en Contaduría Pública.
- Adulta soltera con 1 hija.

HÁBITOS

- Dedica tiempo de su día a conocer sobre las modas en el extranjero.
- Uso regular de redes sociales, especialmente Facebook y WhatsApp.
- Organiza su casa a diario.

TEMORES

- Poco conocimiento sobre marketing digital.
- No contar con la experiencia para analizar la situación de su marca y que eso afecte su imagen.
- No saber manejar sus redes sociales.

DATOS DEMOGRÁFICOS

- Mujer, 40 años.
- Vive en casa propia en Chalatenango.
- Ingresos: Alrededor de USD\$600.00 al mes.

INTERESES

- Le gusta compartir tiempo e intereses con su hija.
- Le interesa conocer las nuevas tecnologías y los nuevos mercados digitales.
- Se mantiene a la vanguardia con las nuevas modas textiles.

RETOS

- Conocer la situación actual de su marca y las estrategias a implementar para posicionar su tienda.
- Aumentar las ventas online.

OBJETIVO

- Incrementar las ventas online y convertirse en una referente de la moda a nivel departamental.

LINEAS DE CONTENIDO

Las líneas de contenido permiten establecer temas para desarrollar. De manera que podamos generar y organizar ideas para publicaciones en redes sociales, blogs o cualquier otro tipo de medio digital. Al mismo tiempo, ayudan a delimitar el rango temático de la estrategia de contenidos. (Fuentes, s.f.)

Las líneas de contenido de la marca personal de Rosa Portillo, se dividirán en 3 siguiendo la regla de 70-20-10.

Contenido de valor 70%

Contenido interactivo 20%

Contenido de venta 10%

Contenido de valor:

Se pretende resolver dudas, brindar consejos, dar a conocer beneficios o soluciones al público objetivo de la marca.

El fin de publicar más contenido de valor es para atraer por si solos a los posibles clientes, haciéndolo de manera sutil.

Se dividirá de esta manera:

- Consejos sobre marca personal.
- Tips sobre Instagram.
- Términos de marketing digital.

Contenido interactivo:

El fin de publicar este tipo de contenido en un 20% es para entretener y conocer a los seguidores a través de preguntas, encuestas o cuestionarios.

Además, para motivar sus emociones e inspirarlos a hacer cosas nuevas mediante frases.

Se dividirá así:

- Frases sobre marca personal.
- Preguntas interactivas sobre marketing digital, Instagram y redes sociales.
- Encuestas para conocer a mis seguidores.

Contenido de venta

A través de este 10% de contenido de venta, se pretende dar a conocer la marca y los diversos servicios que se ofrecen.

Su división será así:

- Lanzamiento de la marca.
- Servicios que se ofrecen.



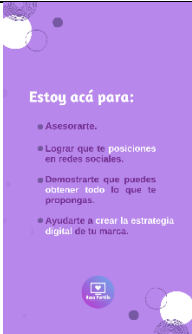
Logística y trabajo a realizar mensualmente



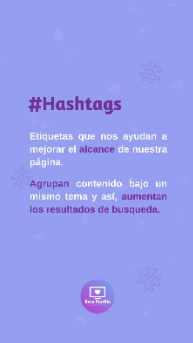

Se presenta el trabajo mensual a realizar por la marca de Rosa Portillo en la red social Instagram.

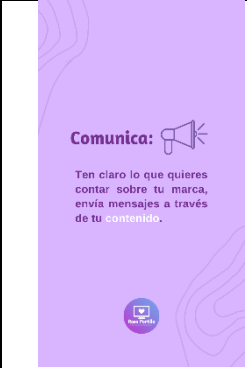


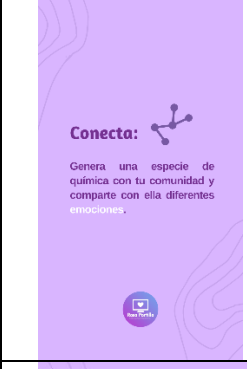








Plan de actividades mensuales para Instagram		
Contenidos	Formato	Cantidad al mes
70% contenido de valor	Post en feed	22
	Historias	65
20% contenido interactivo	Videos	2
	Reel	4
	IGTV	1
20% contenido de venta	Lives	2

CALENDARIO DE CONTENIDO



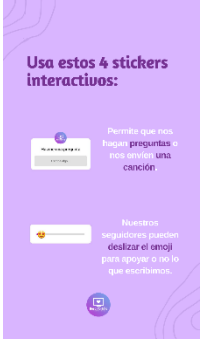

Calendarización de publicaciones que se realizarán en un periodo de 15 días a través de la marca personal de Rosa Portillo en Instagram.

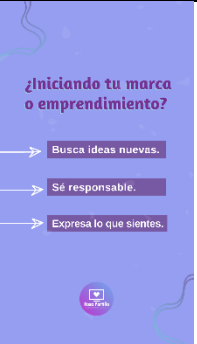
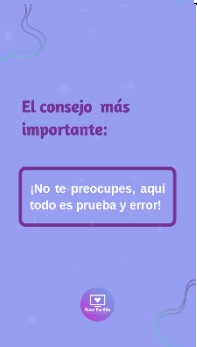

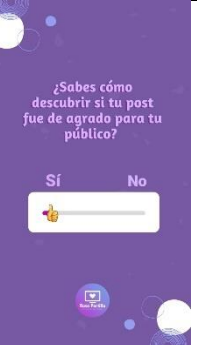
Calendario para Instagram						
Fecha	Hora	Formato	Línea de contenido	Hashtags	Copy	Pieza Gráfica
1/10/2021	10:00 a.m.	Post	Lanzamiento de marca	#comunicadora #marketingdigital #consultoradigital	<p>¡Hola! ❤️ Soy Rosa Portillo, periodista y especialista en Medios Digitales y Redes Sociales. 📱💻</p> <p>Estoy acá para asesorarte, para ayudarte a crear la estrategia digital de tu marca y lograr que te posiciones en redes sociales. 🔍📈</p>	
1/10/2021	2:00 p.m.	Story	Interacción			
1/10/2021	3:00 p.m.	Story	Lanzamiento de la marca			





2/10/2021	11:00 a.m.	Post	Interacción	#marcapersonal #estrategiadigital #marketingdigital	¿Eres consciente de quién es tu verdadero héroe? 😞 La respuesta es tu comunidad, ella es el centro de tu estrategia, de tu historia. Inclúyela en tu panorama y el rumbo de tu marca tomará el destino correcto. 💙📱	 <p>"Convierte al consumidor en el héroe de tu historia". Ann Handly</p>
2/10/2021	2:00 p.m.	Story	Interacción			 <p>¿Para qué se usan los hashtags?</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Mejorar el posicionamiento 2. Aumentar los resultados de búsqueda 3. Crear un sitio
2/10/2021	4:00 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>#Hashtags</p> <p>Etiquetas que nos ayudan a mejorar el alcance de nuestra página.</p> <p>Agrupan contenido bajo un mismo tema y así, aumentan los resultados de búsqueda.</p>
3/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Mejora tu presencia digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Comunica → Conecta → Fideliza



3/10/2021	3:10 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Comunica: </p> <p>Tan claro lo que quieres contar sobre tu marca, envía mensajes a través de tu contenido.</p> 
3/10/2021	3:10 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Conecta: </p> <p>Genera una especie de química con tu comunidad y comparte con ella diferentes emociones.</p> 
3/10/2021	3:10 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Fideliza </p> <p>Enamora a tu comunidad, logra conectar y posicionarte en su mente y corazón.</p> <p>¡Haz que amen tu marca!</p> 
4/10/2021	10:00 a.m.	Post	Contenido de valor	#marcapersonal #marketindigital #socialmedia	<p>¿Iniciaste tu marca personal en Instagram? Te comparto estos 6 tips que debes tener en cuenta para mejorarla.</p>  <p>No olvides el consejo más importante: Aquí todo es prueba y error, no te detengas.</p>	 <p>Tips para mejorar tu marca personal en Instagram:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sube imágenes atractivas. • Utiliza hashtags adecuados. • Interactúa con tu comunidad.
						 <ul style="list-style-type: none"> • Haz concursos y sorteos. • Responde comentarios y mensajes. • Utiliza todas las herramientas que te brinda Instagram.



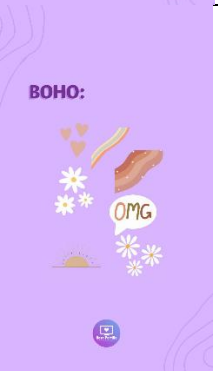
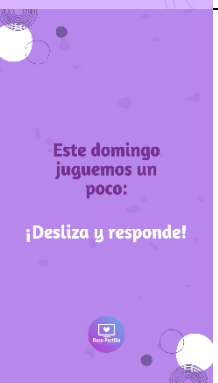
4/10/2021	11:00 a.m.	Story	Interacción			<p>¿Qué es una marca personal?</p> <p>ADIVINA CUAL ES MI FAVORITO...</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Único 2. Diferenciado 3. La manera en que te reconocen.
4/10/2021	11:00 a.m.	Story	Contenido de valor			<p>Marca personal</p> <p>Es la huella que dejas en las demás personas, con cada acción que desarrollas.</p> <p>Es la manera en que te reconoce tu comunidad gracias a todo lo que haces, transmites y expresas.</p>
4/10/2021	11:00 a.m.	Story	Contenido de valor			<p>Tips para mejorar tu marca personal en Instagram:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sube imágenes atractivas. 2. Utiliza hashtags adecuados. 3. Haz concursos o sorteos.
4/10/2021	11:00 a.m.	Story	Contenido de valor			<ol style="list-style-type: none"> 4. Interactúa con tu público. 5. Responde mensajes y comentarios. 6. Utiliza las herramientas que te brinda Instagram.

5/10/2021	11:00 a.m.	Post	Contenido de valor	#marcapersona #stickers #marketingdigital #socialmedia	<p>¿Interactúas con tu comunidad?</p> <p>🔍 Haz uso de estos stickers en tus historias y podrás:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✅ Responder preguntas. ✅ Conocer sus preferencias con el emoji deslizante. ✅ Hacer encuestas. ✅ Crear cuestionarios. <p>¡Anímate a usarlos!</p>	 
5/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
5/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			


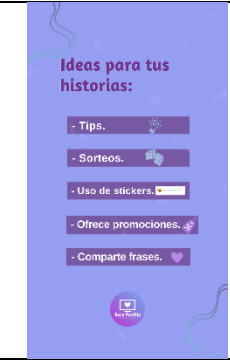

6/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
6/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
7/10/2021	11:00 a.m.	Reel	Contenido de valor	<p>#marketingdigit al #socialmedia #marcapersonal #instagram</p>	<p>→ 5 consejos para crear post efectivos en Instagram.</p> <p>Recuerda que un post requiere de dedicación y trabajo creativo para ser exitoso.</p> <p>¡Aplica estos consejos y cuéntame en los comentarios si te sirvieron! 📱💙</p>	
7/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			


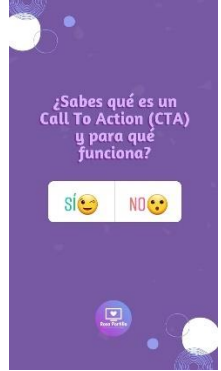
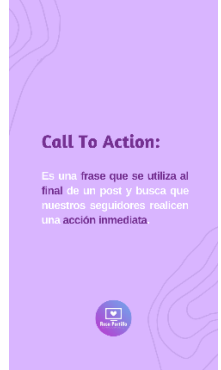

7/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
8/10/2021	11:00 a.m.	Post	Contenido de venta	<p>#marketingdigital #socialmedia #branding #estrategadigital</p>	<p>¡Maneja tus redes como profesional!</p> <p></p> <p>Estoy acá para ayudarte a generar oportunidades de posicionamiento digital en redes sociales.</p> <p>Quiero demostrarte que puedes ocupar un espacio en este mundo digital.</p> <p> </p>	
8/10/2021	11:30 a.m.	Story	Contenido de venta			


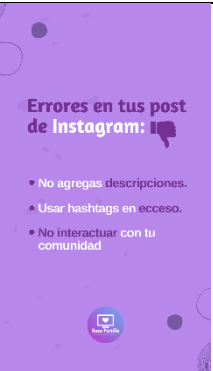


8/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
9/10/2021	10:00 a.m.	Post	Contenido de valor	<p>#marketingdigital #socialmedia #marcapersonal #gifs</p>	<p>¿No encuentras gifs creativos para stories? 😞 Coloca estas palabras en el buscador de gif y listo, tendrás la solución. 🙌</p> <p>Los gifs son compañeros creativos que te brindan cercanía y confianza con tu comunidad.</p>	





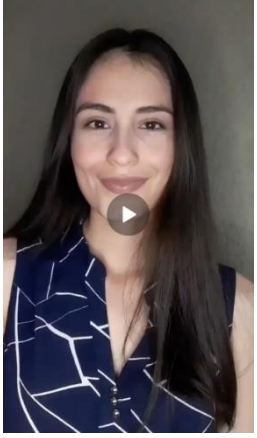


9/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
9/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
9/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
10/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			

10/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			
10/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			
10/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			
10/10/2021	3:00 p.m.	Story	Interacción			

11/10/2021	11:00 a.m.	Post	Interacción	#marketingdigital #socialmedia #socialmedia #diseño	<p>El diseño es uno de los pilares de tu marca en Instagram. 🖋️</p> <p>Esta red social es visual, anímate a potencializarla con diseños creativos. 🧠</p> <p>¡Haz brillar tu marca! 💙📱</p>	
11/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
12/10/2021	10:00 a.m.	Post	Contenido de valor	#marketingdigital #socialmedia #instagram #comunicaciondigital	<p>➡️ Las historias destacadas son útiles para tus posibles nuevos seguidores, es una forma fácil de acceder a tu información.</p> <p>Aquí te presenté unas categorías que puedes utilizar. ✅</p> <p>Cuéntame, ¿qué otro dato colocarías?</p>	

12/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Tips para historias destacadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Define categorías. ▪ Lo ideal son 4 o 5 categorías. ▪ Selecciona una portada para cada una. ▪ Exprésate con claridad.
13/10/2021	11:00 a.m.	Story	Interacción			 <p>¿Sabes qué es un Call To Action (CTA) y para qué funciona?</p> <p>SÍ NO</p>
13/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Call To Action:</p> <p>Es una frase que se utiliza al final de un post y busca que nuestros seguidores realicen una acción inmediata</p>
13/10/2021	2:00 p.m.	Story	Contenido de valor			 <p>Ejemplos de CTA:</p> <p>Suscribete</p> <p>Haz click aquí</p> <p>Compra YA</p> <p>Descargar</p>

14/10/2021	10:30 a.m.	Post	Contenido de valor	#marketingdigital #socialmedia #marcapersonal	<p>✅ Usa estas 5 herramientas y maneja como profesional tu marca personal.</p> <p>Te ayudarán a crear contenido, editar vídeos y fotografías, gestionar tu red social y diseñar historias. ¡Estoy segura que las amarás! 😊</p>	
14/10/2021	11:30 a.m.	Story	Contenido de valor			
14/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			
14/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			

15/10/2021	11:00 a.m.	Reel	Contenido de valor	#marketingdigital #socialmedia #posicionamientodigital	<p>Crea contenido de valor para tu comunidad y notarás como tu marca se posiciona rápidamente. </p> <p> Aquí te presento estos 5 beneficios de crear buenos contenidos en Instagram. ¡Anímate, sé parte de este mundo digital!  </p>	
15/10/2021	11:30 a.m.	Story	Interacción			
15/10/2021	3:00 p.m.	Story	Contenido de valor			

Referencias

Fuentes, C. (s.f.). *Casa Fuego*. Obtenido de <https://www.casafuego.com/blog/marketing-digital-lineas-de-contenido>

Quiroa, M. (14 de enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-la-competencia.html>

Significados. (17 de febrero de 2022). Obtenido de <https://www.significados.com/foda/>

Siqueira, A. (3 de octubre de 2021). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/>

SYDLE. (6 de 10 de 2021). *SYDLE*. Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/kpi-615de90225ce5d3ef29a5570/>