

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



Estrategia digital de marca: Surprise

Presentado por:

Janeth Elizabeth Deras de López

Carnet: DT08003

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, 02 de marzo 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

SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

INDICE

Resumen.....	II
Introducción.....	III
Situación actual de la marca y KPI's.....	5
Descripción de la marca.....	7
Foda.....	8
Redes sociales de la marca.....	10
Análisis de la competencia.....	11
Buyer persona.....	12
Líneas de contenido.....	13
Calendario de contenido.....	14
Referencias bibliográficas.....	24

RESUMEN

El presente trabajo se concentra en realzar todos los conocimientos que se impartieron durante el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

Acorde a lo anterior, en el curso se asignó a cada estudiante a crear su propia marca, con el fin de aplicar todo lo aprendido.

Por ello, el principal objetivo de este documento es dar a conocer todo lo que implica crear e impulsar una marca, por medio de una Estrategia digital. Por medio del cual, una persona puede llegar a construir su propia marca y ofrecer sus servicios o productos, y así darlos a conocer por medio de diferentes públicos a través de las plataformas digitales.

Esto indica, que al desarrollar una marca, se empieza por una estrategia digital, la cual consiste en trazar un plan desde la creación del logo de la marca hasta una propuesta final con calendario de contenido que dan dirección a los objetivos de la marca.

En conclusión, por medio de una estrategia digital una marca puede llegar a posicionarse dentro del mercado, hasta convertirse en un referente comercial por medio de las diferentes redes sociales donde se logre expandir la marca.

Palabras clave: Marketing Digital, Marca, Redes Sociales, Estrategia Digital, Redacción SEO, Contenido, Posicionamiento.

INTRODUCCIÓN

¿Qué es el marketing digital? es la aplicación de estrategias para comercializar un producto o servicio de una marca específica, la cual se da a conocer en los diferentes medios digitales.

Estas estrategias pueden ser Marketing, Marketing de Contenidos, SEO e Inbound.

Las diferentes plataformas y medios digitales a través de la internet han ayudado al marketing a promover productos y servicios de una marca por medio de las diferentes tecnologías en línea.

Por consiguiente, la realización de una estrategia de Marketing Digital para redes sociales sirve como guía para expandir, impulsar y dar a conocer una marca que ofrece un servicio o producto marcando diferencia en calidad y beneficios para los clientes.

Es así como la finalidad del presente trabajo es dar a conocer la estrategia digital implementada para la marca “Surprise”, la cual ofrece servicios en decoración y organización de eventos, con el fin de lograr posicionar como marca y venta.

El presente trabajo detalla en la práctica como crear paso a paso una estrategia de Marketing Digital, su planificación y organización por medio de un calendario de contenidos para las diferentes redes sociales que se aplicaron.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Surprise nace en 2019 como una marca que ofrece diferentes alternativas en decoración para fiestas y organización de eventos acorde al presupuesto de los clientes. Es la forma de crear y personalizar cada detalle que hace único cada evento con el fin de satisfacer las expectativas de los clientes.

La falta de empleo, como a muchos, ha motivado a emprender de manera tradicional, por medio de referencias familiares, de amigos e incluso conocidos.

Ahora se puede trascender de manera digital por medio de plataformas como los son las redes sociales, que sirven para expandir y dar a conocer la marca con sus servicios, y así generar más clientes e incrementar las ventas y ganancias.

Pero para ello, se debe tener claro que vamos a ofrecer e impulsar, sabiendo que hay un público activo, en línea que debe ser constantemente informado sobre nuestros servicios para que en el momento de necesitarlo sepan identificar nuestra marca como referente principal. Esto implica por qué debemos crear y organizar un calendario de contenido que nos ayudara a no repetir contenido y mantener al tanto a nuestros espectadores y posibles clientes, así como también mantener informados a nuestros clientes.

Logos de la marca:



Objetivos de la marca

Objetivos generales:

- Posicionar la marca como Surprise.
- Aumentar preferencia e interacciones con el público.

Objetivos específicos

- Generar contenido en el medio digital de manera creativa para aumentar público y lograr posicionar como Surprise.
- Dar a conocer los diferentes productos y servicios que ofrece Surprise.
- Crear promocionales e incentivos de preferencia para el público, por medio de redes sociales.
- Ofrecer tendencia para lograr preferencia en el público.

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.

KPI's Instagram

Seguidores, me gusta, vistas, reproducciones, comentarios, DM y preferencias.

Captar la atención del público para alcanzar más seguidores que conozcan nuestros productos y servicios, se genere mayor interés que convertirse en preferencia de compra.

KPI's Facebook

Seguidores, Likes, reacciones, comentarios, compartidos e inbox.

Informar de los productos y servicios que ofrecemos, para generar interés y preferencia en el público.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

La descripción de una marca, identifica al producto o servicio que se ofrece en el mercado y permite que los consumidores lo reconozcan.

En este caso, la marca Surprise, surge como un emprendimiento online que ofrece diferentes opciones en decoración:

- Servicio de asesoría y decoración de eventos.
- Venta de adornos para decorar las fiestas (Rosas de papel, centros de mesa y caricaturas personalizadas en papel), todo hecho a mano.

Los servicios antes mencionados se ofrecen por medio de 2 redes sociales, Facebook e Instagram de la marca, creando contenido de valor, generando interacciones, clientes y ventas.

FODA

El análisis FODA significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, importantes en identificar para el crecimiento de la empresa, herramienta táctica para desarrollar la estrategia de la marca.

Por consiguiente Surprise presenta:

Fortalezas

- Trabajo de calidad hecho a mano.
- Cada detalle cuenta, escuchamos las ideas del cliente.
- Personalizamos y creamos.
- Nueva alternativa en tendencia para fiestas y eventos sociales, creando rosas y caricaturas, con cortes en papel, cada detalle a mano.

Oportunidades

- Nos apoyamos en otros emprendimientos como: pastelería y servicio de comida, fotos y video, siempre y cuando el cliente lo solicite.
- De ofrecer lo más completo para un evento, cubriendo las necesidades de los clientes, cuando solicitan nuestros servicios de asesoría y decoración de eventos.

Debilidades

- No contar con locación para una atención personalizada con el cliente de manera presencial para presentarle nuestros productos.
- Las personas que nos conocen online, tienden a desconfiar de la calidad de nuestros productos, al saber que son en papel, se les indica que cada adorno cuenta con cartón de soporte y por ello tienden a desvalorarlo.

Amenazas

- No llegar a trascender de emprendimiento.
- Estancarnos por falta de recursos.
- No llegar a posicionarnos en redes sociales.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales ayudan a interactuar, dar a conocer, posicionar y vender la marca.

Como antes se mencionó, para Surprise se utilizó 2 redes sociales consideradas más visuales y adecuadas por el tipo de producto y servicio que se ofrece, estas son:

Instagram

Por ser una de las redes sociales con mayor interacción en seguidores, será de gran utilidad para posicionar a Surprise y presentar sus productos y servicios de manera creativa con contenido visual de manera constante que genere interés en el público.

Facebook

Aunque es una de las redes sociales importantes para la difusión de mensajes, no se considera apropiada para posicionar la marca como Surprise, no genera tanta interacción y vistas como instagram, pero se utilizará para realizar contenido de valor de manera irregular.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Conocer fortalezas y debilidades de otras empresas que trabajan en el mismo mercado al que pertenece nuestro negocio. Este análisis permite conocer a la competencia para mejorar la estrategia de nuestra marca.

Para esta muestra, seleccionamos a 2 marcas emprendedoras en el rubro de la decoración de evento, indicar que a pesar que existen muchos más negocios que ofrecen decoración, la gran mayoría se enfocan en obsequios personalizados.

De manera que, los seleccionados como competencia se eligieron por ofrecer servicios similares a los de nuestra marca, Surprise.

Nombres de la competencia

GRIFFIN EVENTOS SV, cuenta con redes sociales, Facebook e Instagram y a diferencia de nuestra marca, cuenta con página web.

ARTEPAX FIESTA, al igual que nuestra marca, cuenta sólo con Facebook e Instagram.

ANÁLISIS REALIZADO:

GRIFFIN EVENTOS SV

- En Instagram no cuentan con perfil profesional, contiene hashtags y una descripción simple sin emojis.
- Cuenta con fan page en Facebook, con descripción más completa.
- En ambas redes sociales no realizan publicaciones no tienen redacción SEO, sólo emojis. No publican constantemente, pasan un par de semanas sin actividad.

ARTEPAX FIESTA

- En Instagram tienen perfil profesional pero en su descripción falta emojis, hashtags y enlace de cuenta de facebook, tienen fanpage.
- Publican cada día y sus publicaciones cuentan con emojis y hashtags, ocupan felicitaciones a sus clientes en la mayoría de publicaciones, realizan share de post con Facebook.

BUYERS PERSONA

El buyer persona, nos ayuda a identificar a nuestro cliente ideal, la creación de este nos da a conocer a nuestro posible cliente.

Para nuestra marca elegimos 2 tipos de buyers persona, a quienes describimos de la siguiente manera:

1. Perfil: Keren Rodríguez , mujer de 23 años de edad, residente en San Salvador, estudiante universitaria, y emprendedora.

Hábitos: compra en línea, últimas compras accesorios para decoración de 15 años.

Intereses: Perfeccionar su técnica en decoración pues organiza fiestas pequeñas familiares.

Pasatiempos: pasa tiempo en redes sociales.

Temores: No ser reconocido su trabajo.

2. Perfil: Cristina Román, event planner, tiene 25 años de edad, le gusta la decoración y sigue cuentas en redes sociales de wedding planners para perfeccionar su técnica. Cuenta con diplomado en organización de evento. Vive sola e independiente en San Salvador. Ella quiere estar en tendencia para satisfacer a sus clientes con ideas creativas.

CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los canales digitales son el medio por se da a conocer la marca con sus productos y servicios, para ello se debe realizar el análisis de la competencia y conocer el perfil del cliente, para emitir la información atreves de las líneas de contenido, las cuales se encargan de establecer los temas a desarrollar.

Surprise se establece de la siguiente manera:


Canales Digitales	Líneas de contenido	Formatos
Facebook	Contenido de venta	Post, infografía.
Instagram	Contenido de valor	Post, stories y Reels.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Un calendario de contenido es una forma de organizar y planificar el contenido de publicaciones a realizar por los medios digitales, detallando que se compartirá y cuando.

El calendario puede ser semanal, mensual o anual.

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



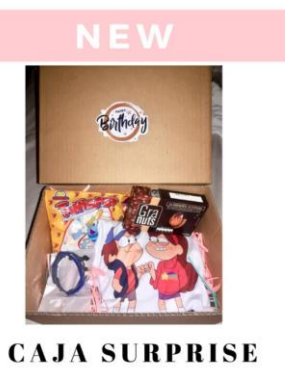
Fecha	Horario	Formato	Contenido	Red Social	Copy	Descripción GRAFICA
Viernes 01	10:00 AM	Story	Relanzamiento	Instagram	#decoración	

	10:00 AM	Post	Relanzamiento	Instagram	#Octubre celebra con nosotros y descubre todo lo nuevo que traemos para ti, @surprise.sv.es siempre lo mejor. #decoración #fiestas #hechoamano	
	11:00 AM	Post	Relanzamiento	Facebook	#Octubre descubre todo lo nuevo que traemos para ti, siempre con las mejores opciones en decoración.	
Sábado 02	10:00 AM	Story	Día del niño	Instagram		

	12:00 PM	Story	Encuesta de preferencia	Instagram		
Domingo 03	10:00 AM	Story	Muestra de productos	Instagram	#Decoración	




	12:00 PM	Reels			#Decoración con diferentes detalles y opciones para tu fiesta que @surprise.sv.es te ofrese. #fiestas	
			Decoración de fiestas	Instagram		
Lunes 04	10:00 AM	Story	Colores y estilos para eventos	Instagram	#Decoración	

	12:00 PM	Post	Colores y estilos para eventos		#Decoración un toque de pastel en contraste con colores fuertes o neon, es la actual tendencia que marca la diferencia para cada evento. #fiestas #colores #tendencia	
				Facebook		
Martes 05	10:00 AM	Story	Caricaturas en tendencia	Instagram	#PERSONALIZAMOS	
Miércoles 06	11:00 AM	Reels	Creación de los productos	Instagram	#Creaciones a mano en cada detalle, @surprise siempre lo mejor. #decoración #fiestas #emprender	

Jueves 07	10:00 AM	Story	Lanzamiento de nuevo producto	Instagram		
	10:30 AM	Post	Lanzamiento de nuevo producto	Instagram	<p>#Nuevo detalle para obsequiar a la persona especial, puedes personalizar tu caja surprise, nosotros lo hacemos por ti @surprise siempre lo mejor. #caja #Gif #detalle</p>	
	11:00 AM	Post	Lanzamiento de nuevo producto	Facebook	<p>#Nueva opción para regalar y quedar bien con esa personita especial, puedes personalizar tu caja surprise, nosotros lo hacemos por ti @surprise siempre lo mejor. #caja #Gif #detalle</p>	

Viernes 08	10:00 AM	Story	Sobre la creatividad	Instagram	#Creatividad es una de las capacidades mas importantes que tiene todo ser humano porque le permite crear nuevas ideas o soluciones innovadoras.	 <p>Sabías qué...</p> <h2>La Creatividad</h2> <p>Permite hacer contacto con una parte interior que le ayuda al desarrollo de la intuición, la imaginación, la iniciativa y la percepción.</p>
	11:00 AM	Post	Sobre la creatividad	Facebook	#Creatividad es una de las capacidades mas importantes que tiene todo ser humano porque le permite crear nuevas ideas o soluciones innovadoras.	 <p>La Creatividad</p> <p>permite hacer contacto con una parte interior que le ayuda al desarrollo de la intuición, la imaginación, la iniciativa y la percepción.</p>
Sábado 09	10:00 AM	Story	Encuesta de preferencia	Instagram	#SURPRISE	 <p>¿QUÉ TE GUSTARÍA QUE TE REGALEN?</p> <p>#SURPRISE</p>

<p>Domingo 10</p>	<p>11:00 AM</p>	<p>Story</p>	<p>Caricaturas creadas por Surprise</p>	<p>Instagram</p>		
<p>Lunes 11</p>	<p>10:00 AM</p>	<p>Story</p>	<p>Paquete promocional</p>	<p>Instagram</p>		
<p>Lunes 11</p>	<p>11:00 AM</p>	<p>Reels</p>	<p>Paquete promocional</p>	<p>Instagram</p>	<p>#Promoció escoge tres piezas y paga 2, puedes personalizar, combinar o armar tu paquete. #decoración #fiestas</p>	

Martes 12	10:00 AM	Story	Sobre emprendimiento	Instagram	#Emprender #ElSalvador	 <p>ES EL PROCESO DE DISEÑAR, LANZAR Y ADMINISTRAR UN NUEVO NEGOCIO, QUE GENERALMENTE COMIENZA COMO UNA PEQUEÑA EMPRESA O UNA EMERGENTE, OFRECIENDO A LA VENTA UN PRODUCTO, SERVICIO O PROCESO.</p>
	12:00 PM	Post	Sobre emprendimiento	Facebook	#emprendemos creamos y diseñamos a cada momento.	 <p>El emprendimiento es el proceso de diseñar, hacer y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.</p>
Miércoles 13	10:00 AM	Story	Encuesta sobre Halloween	Instagram		

<p>Jueves 14</p>	<p>10:00 AM</p>	<p>Story</p>	<p>Caricaturas en tenencia</p>	<p>Instagram</p>	<p>#PERSONALIZAMOS</p>	
<p>Viernes 15</p>	<p>10:00 AM</p>	<p>Story</p>	<p>Muestra de productos</p>	<p>Instagram</p>	<p>#Decoración</p>	

Referencias

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

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

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

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

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

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

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>