

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



ESTRATEGIA DE MARCA: FOTOGRAFÍA STEFANY CASTRO

**INFORME FINAL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES
Y REDES SOCIALES PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO**

PRESENTADO POR:

DORA STEFANY CASTRO LÓPEZ CL14010

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA

07 DE MARZO DEL AÑO 2022

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, ELSALVADOR

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

ÍNDICE

Resumen	iv
Introducción	v
Situación actual de la marca personal	6
Objetivos de la marca personal	6
KPI's	7
Posicionamiento de marca y estrategia de contenidos en Instagram	7
Justificación de la red social	9
Logo de la marca personal	10
Descripción de la marca personal	10
FODA	11
Análisis de la competencia	13
Buyers persona	16
Canales digitales y líneas de contenido	18
Calendario de contenido	20
Referencias bibliográficas	30

RESUMEN

El siguiente trabajo recopila todos aquellos conocimientos obtenidos a lo largo del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

Según lo anterior, todos los estudiantes del curso antes mencionado tuvieron como trabajo final, la creación de su propia marca personal.

De esta manera, el presente informe muestra a detalle cómo es el proceso a ejecutar para crear una marca y que esta se logre posicionar con éxito en las redes sociales. El objetivo principal de realizar una marca personal es que además de ser un título individual es ofrecer productos o servicios que, según las habilidades y experiencias de cada persona, se logre diferenciar del resto de la competencia, llamar la atención de los clientes y asegurar su fidelidad con la marca.

Por ende, para la creación de una marca personal es importante aclarar que no debe hacerse de manera improvisada sino seguir una estrategia digital que diseñe cada acción a realizar para la creación de la marca personal, así como la elaboración de un calendario con fechas claves que agenda cada publicación prediseñada antes de ser mostrada en redes sociales para ahorrar tiempo y que no deje de impactar a los clientes.

En conclusión, crear una estrategia digital ayuda a identificar y posicionar de una manera más eficaz la marca personal en redes sociales, cumplir los objetivos propuestos, analiza la competencia y que los servicios o productos sean mostrados de una manera más creativa.

Palabras claves: Marca personal, Engagement, Contenido, Fotografía, Instagram, Servicios, SEO.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital o Marketing Online es un conjunto de técnicas de venta que se ejecutan en medios y canales de internet, en este caso, redes sociales.

En otras palabras, el marketing digital es una apuesta segura para un mayor crecimiento de la marca personal o de empresa y para la venta de productos y servicios a un target específico en diferentes plataformas digitales mediante herramientas online de forma estratégica, dejando atrás al marketing tradicional como los anuncios publicitarios en medios audiovisuales: la televisión y la radio.

Además, según el diseño y el contenido de valor (Marketing de Contenido) que se le otorgue a los productos y servicios, ayudará a que la marca tenga una mejor posición en los buscadores de la web (SEO).

El presente trabajo muestra el diseño elaborado de una estrategia digital para la marca personal “Fotografía Stefany Castro” que como su nombre ya lo menciona, es una marca que ofrece servicios fotográficos de diferentes eventos sociales para todas las edades.

“Fotografía Stefany Castro” busca posicionarse en la red social de Instagram, lograr el engagement con los clientes, promover sus servicios y por supuesto su consumo.

Finalmente, se aclara que este no es un trabajo investigativo sino el diseño de un plan de marketing en el que se presenta una estrategia digital y un calendario de contenidos prediseñados de la marca personal que se publicarán en la red social elegida para incrementar su posicionamiento.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA PERSONAL

Es importante tomar en cuenta cuáles son las fortalezas, debilidades o algunos detalles a mejorar al momento de crear una marca personal.

Actualmente existen muchas personas que se dedican al trabajo fotográfico. Sin embargo, cada fotógrafo/a define su propio estilo fotográfico.

Es por esta razón que Fotografía Stefany Castro nace como una marca y estilo personal al servicio de fotografías que capturen los mejores momentos de las personas. Cabe aclarar que esta marca personal está ubicada en Santiago Texacuangos, un lugar donde no hay competencia de fotógrafos por lo que sería una oportunidad de darla a conocer.

Fotografía Stefany Castro, inicia desde cero, cuenta con una cámara Canon T5 dispuesta a demostrar que iniciar con un cámara puede satisfacer al cliente. Esta marca personal, es el comienzo de un trabajo que con ayuda de estrategias digitales pueda lograr reconocimiento. Creada para que las personas tengan la oportunidad de conocer esta nueva marca personal que les brinde confianza, precios accesibles y variedad fotográfica.

OBJETIVOS DE LA MARCA PERSONAL

OBJETIVOS GENERALES

1. Dar a conocer la marca personal en Instagram.
2. Lograr engagement con las personas.
3. Dar a conocer los servicios de la marca personal.
4. Aumentar seguidores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Posicionar la marca personal Fotografía Stefany Castro en el municipio de Santiago Texacuangos utilizando como herramienta principal la red social de Instagram.

2. Lograr el engagement de Fotografía Stefany Castro con las personas en las publicaciones realizadas en Instagram.
3. Conseguir interacciones y aumento de likes.
4. Promover los servicios que ofrece la marca personal Fotografía Stefany Castro.
5. Incrementar el número de seguidores en Instagram en menos de tres meses.

KPI's

Key Performance Indicator, que se traduce como Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, es una serie de métricas que son utilizadas en cualquier área de negocio o para el marketing.

El objetivo de un KPI es ayudar a tomar mejores decisiones respecto a la etapa actual en la que se encuentra la estrategia de una empresa o marca para poder definir una línea futura, sin olvidar que estos indicadores van de la mano con los objetivos de la marca personal.

Las KPI's de Fotografía Stefany Castro son las siguientes:

- Hacer uso de 5 a 10 hashtags máximos.
- Aumentar likes y comentarios en las publicaciones.
- Lograr interacción con los clientes en las stories, comentarios y mensajes privados.
- Generar más visitas en el perfil con cada publicación realizada.
- Utilizar palabras claves para generar SEO.

POSICIONAMIENTO DE MARCA Y ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM

Hay que tomar en cuenta que cuando una marca personal es totalmente nueva, aún no cuenta con un posicionamiento de marca en redes sociales, web o SEO.

Se conoce como **SEO** al conjunto de acciones y técnicas que se utilizan para mejorar el posicionamiento o la visibilidad en los motores de búsqueda de una página específica ya sea de un sitio web o en alguna red social.

En otras palabras, es importante que la marca personal logre posición alta en los motores de búsqueda, que logre estar en los primeros de la lista y para ello se deben buscar palabras claves que se utilicen de manera constante para que el SEO se haga efectivo.

Por ende, Fotografía Stefany Castro comienza a trabajar en el posicionamiento de la marca personal y en estrategias de contenido en la red social establecida, que en este caso se ha elegido a Instagram, publicando contenido de valor en cada acción realizada dentro del perfil.

El **contenido de valor** es aquella información de calidad, bien redactada, detallada e importante que acompaña a cada publicación. Este contenido se usa de manera estratégica e inteligente para despertar el interés de los usuarios y así fidelizar a los clientes de la marca.

El contenido de valor en Fotografía Stefany Castro debe ser breve, importante y a la vez claro al leerse o al escucharse en el caso de videos, stories, reels, para llamar la atención de los clientes.

Es importante jugar con los hashtags y por supuesto, como se mencionaba anteriormente, hay que lograr el posicionamiento SEO en las publicaciones para que la marca sea más reconocida en los motores de búsqueda.

Algunas palabras claves para el SEO de la marca personal de Fotografía Stefany Castro pueden ser:

- Fotógrafo
- Fotógrafo de boda
- Fotógrafo de 15 años
- Fotógrafo de eventos
- Fotógrafo de cumpleaños
- Fotógrafo de paisajes
- Sesión de fotos
- Fotógrafo de Santiago Texacuangos
- Fotógrafo económico

JUSTIFICACIÓN DE LA RED SOCIAL

¿Por qué Instagram? Instagram actualmente se ha posicionado como una de las redes más usadas a nivel mundial y en El Salvador no es la excepción.

Instagram es una app que llama la atención de sus usuarios por la diversidad de algoritmos interesantes que ofrece no solo en las publicaciones de feed o fotografías sino también en el contenido audiovisual como en las stories, reels y vídeos IGTV.

Ya que Fotografía Stefany Castro ofrece precisamente fotografías, Instagram se considera como la más preferible porque se pueden mostrar las fotografías en el feed directamente y mostrar la variedad de opciones que el cliente busca a primera vista o en el escaneo visual que el cliente haga.

En el caso del perfil de Instagram, se presentarán los servicios que brinda Fotografía Stefany Castro presentados en:

- Feeds o fotografías
- Stories
- Reels
- Highlights

Y de esta manera tener una mejor variedad con el cliente. Por supuesto, cada acción realizada se acompañará de contenido de valor.

También se muestran los servicios y cualquier contenido de la marca de una manera más dinámica utilizando las funciones que Instagram ofrece, incluso poder tener interacción con los usuarios lo cual es de suma importancia para lograr engagement con las personas y hacer crecer más la marca personal.

Es importante aclarar que el **engagement** es aquel vínculo que se crea entre el cliente y la marca personal que engloba una interacción constante, confianza e incluso empatizar con el contenido que se publica, lo que lleva como fin tener una relación duradera con el cliente.

LOGO DE LA MARCA PERSONAL

Es el sello que identifica la marca personal, aquel que es diseñado para representar la marca y que se muestra de manera constante en las publicaciones que se realizan.

El logo, es más que una identidad gráfica, el logo te representa con su diseño, color y forma. Es un rasgo de tú personalidad y es totalmente único.

De esta manera, se presenta el logo de Fotografía Stefany Castro:



DESCRIPCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

Fotografía Stefany Castro es una marca personal creada para todas aquellas personas que necesitan capturar un momento importante sobre eventos familiares como: cumpleaños, bodas, bautizos y quince años.

Además, fotografías de detalle y fotografías de paisajes que pueden ayudarle a negocios, emprendimientos o personas que inician también con algo relacionado a venta y que necesitan a un fotógrafo que pueda capturar fotos del lugar y de los productos que ofrecen.

Incluso para sesiones fotográficas si el cliente también lo necesita.

Servicios:

Fotografía Stefany Castro, brinda servicios fotográficos con cámara Canon T5 para todas las edades y menores de edad acompañados de un responsable.

Entre los servicios que se ofrecen están:

-Eventos familiares como: bautizos, bodas, quince años y cumpleaños.

-Sesiones fotográficas pequeñas al aire libre y en paisajes naturales ya que aún no se cuenta con un estudio fotográfico.

-Fotografías de detalle y de paisaje, para clientes que necesiten fotos de un local de trabajo o de los productos que ofrecen para publicar en sus redes y hacer crecer más su negocio.

Cabe aclarar que los precios van a variar según el paquete fotográfico que el cliente elija y se le entregará una foto gratis en cada paquete fotográfico, aunque el tamaño de la foto también será variable según el paquete.

Las fotografías serán reveladas en papel granulado, ya que ese tipo de papel fotográfico no presenta problemas en que la foto se deteriore fácilmente.

FODA

Al hablar de FODA, es referirse a una herramienta que se utiliza para identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se analizan en un proceso estratégico de un negocio, empresa o marca.

El FODA ayuda a diagnosticar la situación actual de una empresa o en este caso una marca personal, a fin de desarrollar con éxito un plan estratégico que permita antes conocer las complicaciones, visualizar puntos débiles y que estos se transformen en oportunidades y fortalezas.

Por tanto, es importante utilizar el FODA en la creación de la marca personal para saber en qué áreas es necesario mejorar:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - En Santiago Texacuangos no hay competencia fotográfica. - Conocimiento sobre el manejo de la red social de Instagram y sus algoritmos. - En emergencias, se cuenta con un celular con cámara Full HD. - Utilizar CANVA como herramienta de diseño. - Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Superar a la competencia en Instagram, ya que la competencia no la usa de la manera correcta. - Posicionar la marca personal en Instagram si se cumple la estrategia digital. - Tener la oportunidad de encontrar un ayudante a medida la marca profesional vaya creciendo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - No conocer muchas herramientas de diseño o edición de fotografías. - No contar por el momento con una computadora. - No poder prestar servicios de vídeo. 	<ul style="list-style-type: none"> - No contar con un estudio fotográfico. - Dejando a un lado Santiago Texacuangos, hay mucha competencia fotográfica.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Es importante tomar en cuenta el analizar todas aquellas fortalezas y debilidades posibles que posee la competencia ya que servirá como referencia para la marca personal.

Según lo anterior, para realizar este análisis, ya que se habla de una cuenta personal de fotografía, se deben buscar otras cuentas que estén casi o al mismo nivel de la cuenta personal, es decir, cuentas fotográficas que recientemente se hayan creado, que sean afines a los servicios que también ofrece la marca personal y así tener un mejor manejo de la estrategia, aprovechar las debilidades de la competencia y por supuesto, ganar más clientes.

En este caso, se eligieron a dos competencias de nacionalidad salvadoreña y que recientemente crearon sus cuentas de fotografías y residen en o cerca de San Salvador ya que la marca personal Fotografía Stefany Castro, es de San Salvador.

A continuación, se muestra una tabla que detalla las redes sociales de la competencia:

Marca Personal	Redes Sociales			
	Instagram	Facebook	TikTok	Web
@aragon_photo20 de Ariel Aragón	<input checked="" type="checkbox"/>	✗	✗	✗
@alexyr_photo de Alexy Rivas	<input checked="" type="checkbox"/>	✗	✗	✗

@aragon_photo20 de Ariel Aragón

Es una cuenta dedicada a la fotografía. Ariel Aragón es quien maneja esta cuenta para dar a conocer su marca personal.

Cuenta con 486 seguidores, ha realizado 204 publicaciones y tiene 623 seguidos que es una cantidad mayor a los seguidores.

En la información de su perfil se destaca como fotógrafo, locutor y futuro periodista que acompaña con emogis, aunque en su categoría de cuenta profesional se distingue como fotógrafo.

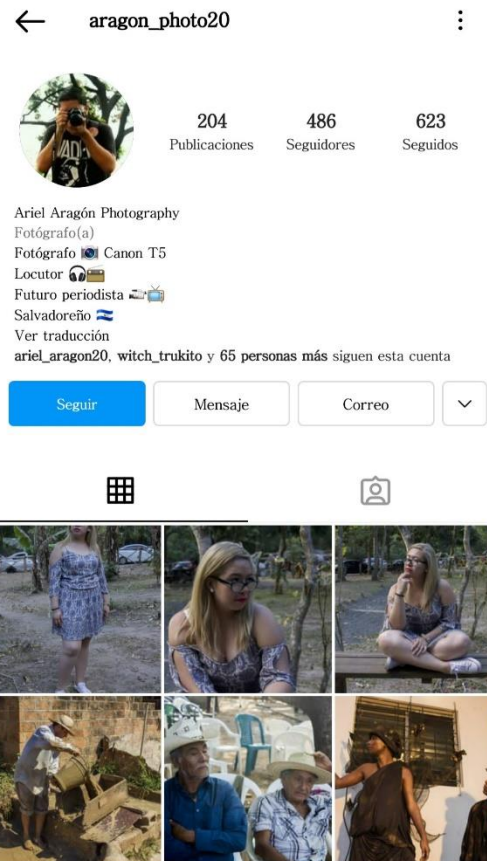
Dicha cuenta no publica constantemente, de hecho, desde el año 2020 hasta este momento no ha hecho otra publicación.

No cuenta con un logo que lo distinga como marca personal ni en su foto de perfil ni en sus fotografías y no tiene links que redireccionen a otras redes sociales.

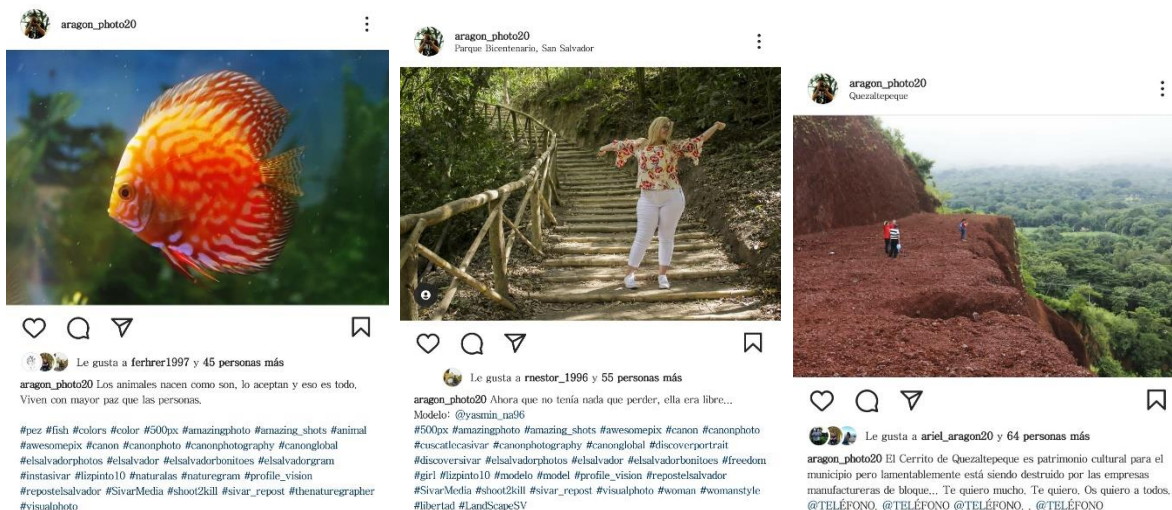
También no posee highlights, reels, IGTV y vídeos, sus publicaciones no tienen SEO solo frases distintas para cada fotografía y a esto se le agrega que usa más de 30 hashtags en la mayoría de sus publicaciones.

Se observa que no hay mucha edición de fotografías, por ejemplo: jugar con los colores o dar más color a las fotografías.

Sin embargo, tiene variedad de fotos en cuanto a fotografías de detalle, paisajes y de carácter social. También brinda sesiones de fotos y algo que se destaca es que especifica tomar las fotografías con Canon T5 y está etiquetado en algunas fotografías de sus clientes.



Publicaciones de @aragon_photo20



@alexyr_photo de Alexy Rivas

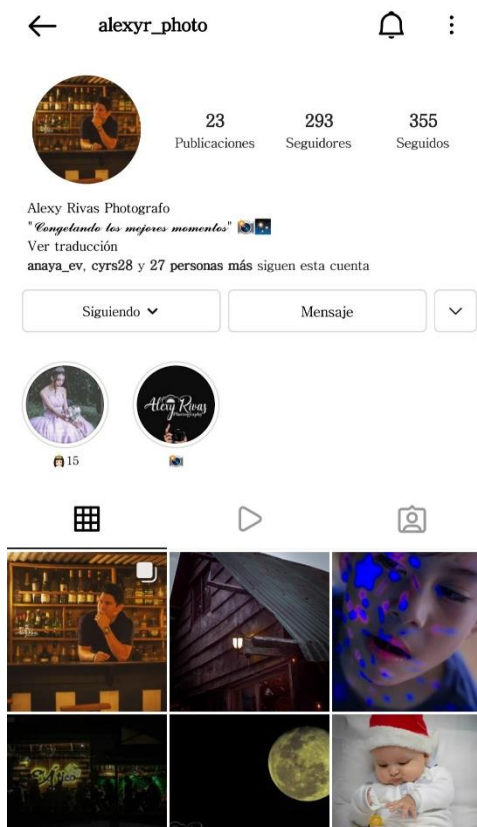
Es una marca personal de fotografía, manejada por Alexy Rivas.

Al parecer solo utiliza la cuenta de Instagram para dar a conocer su marca ya que no tiene links que redireccionen a otras redes sociales.

Por otra parte, no tiene información de los servicios que ofrece únicamente una frase que se puede leer “Congelando los mejores momentos” Tiene 293 seguidores, sigue a 355 cuentas y hasta ahora solo ha publicado 23 fotografías en el feed.

Se puede observar que no tiene palabras claves (SEO) y no hace uso de hashtags.

No cuenta con un logo distintivo en su foto de perfil, pero sus fotos si tienen un diseño de logo.



Sus fotografías van relacionadas a sesiones de fotos, boda, quince años y fotografías de lugares. Además, la paleta de colores que utiliza en sus fotografías son en su mayoría colores oscuros y hasta el momento ningún cliente lo ha etiquetado.

No obstante, se destaca que tiene highlights y solamente un vídeo. La marca personal alexyr_photo es una marca que recientemente se ha creado, su perfil es muy básico por lo que su posicionamiento en Instagram aún es bajo.

Publicaciones de @alexyr_photo



BUYERS PERSONA

Los Buyer Perosna, son personajes ficticios que son parte del cliente ideal que la marca necesita.

Sin embargo, son creados a partir de un perfil psicológico, calidades y comportamientos que son similares en donde entra la edad, el sexo, costumbres, creencias y otras características que debe tener un comprador o consumidor.

Estos perfiles son importantes porque orienta a la marca personal a tener una idea de cómo debe ser su cliente ideal para saber que contenido publicar.

Además, es necesario crear más de un Buyer Persona, pero no exagerar en crear muchos porque eso haría que la estrategia de la marca pierda el enfoque.

Para crear un Buyer persona, se deben tener referencias reales como: los gustos, miedos, situación laboral, seguridades, metas, plataformas digitales preferidas, comportamientos, datos personales como sociodemográficos, a fin de tener a un cliente que tenga relación con la marca para saber que contenido ofrecerle al cliente y qué producto o servicio se le está vendiendo.

Es así como la marca personal crea 3 buyers persona que definen a sus posibles clientes ideales según el servicio que ofrece:

<p>DATOS PERSONALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Edad: 24 años -Sexo: Femenino -Estado civil: Soltera -Ocupación: Estudia en una Academia de Modelaje -Ingresos: Generalmente \$150 quincenal, aunque varía de acuerdo al proyecto en el que trabaje. <p>DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS</p> <p>De: San Marcos, San Salvador. Vive en Barrio el Calvario, con sus padres.</p> <p>SITUACIÓN LABORAL</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ha trabajado en anuncios publicitarios. -Modela para tiendas de ropa. <p>NECESIDADES</p> <p>Necesita un fotógrafo o fotógrafa profesional o semiprofesional para sesiones de fotos, con un costo accesible.</p> <p>COMPORTAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le gusta estar a la moda, tomarse selfies y muchas fotografías, subir historias, es muy activa en sus redes sociales, muy a menudo revisa perfiles de chicas para tomar ideas de modelaje o de cómo posar ante las cámaras. -Le gustan las fotografías en atardeceres, estilo vintage y también modernas. 	<p>MANEJOS EN REDES SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Es activa en sus redes sociales personales. -Le gusta seguir perfiles de fotógrafos para ver modelos. -Su red preferida es Instagram. <p>SITUACIÓN ACTUAL</p> <p>Alisse por el momento se encuentra estudiando en una academia de modelaje, no tiene aún un trabajo estable pero si modela en trabajos eventuales como tiendas de ropa o en anuncios publicitarios, para ganar experiencia.</p>	<p>OBJETIVOS METAS Y RETOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Encontrar un fotógrafo/a a través de Instagram para sesiones fotográficas. -Poner en práctica lo aprendido en la academia en sus sesiones fotográficas. -Su mayor reto es encontrar a un fotógrafo/a que que brinde un servicio con precio accesible. 	<p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lograr obtener excelentes fotografías para anexar a su portafolio. -Finalizar sus estudios y encontrar una oportunidad laboral de modelaje. <p>MOTIVACIÓN DE CONTRATO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Obtener fotografías que logren captar su estilo. -Sesiones con un costo accesible. -Sentir confianza con el fotógrafo/a. -Un perfil que vaya de acuerdo a sus gustos fotográficos. <p>SEGURIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Segura de su personalidad. -Seguridad ante una cámara. -El modelaje es su pasión y siempre da lo mejor de sí. <p>SUEÑOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sueña con ser una modelo profesional. -Sueña con llegar a participar en Miss Universo. -Sueña con tener su propia Academia de Modelaje.
		<h2>Buyer Persona</h2>	
<p>Alisse Cardoza</p> <p>SINOPSIS</p> <p>Alisse, desea ser modelo profesional, aunque para tener un portafolio amplio y de calidad, antes necesita fotografías para agregar a su portafolio y tener opciones que presentar a las casas de modelaje.</p>			

DATOS PERSONALES

- Edad: 32 años
- Sexo: Femenino
- Estado civil: Casada
- Ocupación: Trabaja como maestra de educación media.
- Ingresos: \$600 mensuales

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

De: Santiago Texacuangos, San Salvador.

Vive en pasaje Piedras Blancas, con su esposo y su hijo.

SITUACIÓN LABORAL

-Trabaja como maestra de educación básica en el Instituto Nacional General Manuel José Arce, desde hace 6 años.

NECESIDADES

Necesita un fotógrafo/a para el bautizo de su primer hijo y próximamente para su boda.

COMPORTAMIENTO

-Carmen disfruta pasar tiempo de calidad con su familia.

-Es muy tradicional por lo que cada fecha especial la necesita capturar.

-Básicamente colecciona álbumes de fotografías y ahora con el nacimiento de su bebé le emociona capturar todas sus etapas.

MANEJOS EN REDES SOCIALES

-Es activa en sus redes sociales personales.

-Sus redes sociales preferidas son Facebook, Instagram y WhatsApp.

OBJETIVOS METAS Y RETOS

- Contratar a un fotógrafo/a para eventos familiares.
- Encontrar a un fotógrafo/a que preste servicios económicos.
- Su mayor reto es encontrar a un fotógrafo/a que tenga disposición de tiempo para sus dos eventos planificados.

METAS

- Lograr encontrar en redes sociales un fotógrafo/a para el bautizo de su primer hijo.
- Coleccionar cada etapa de su hijo y cada momento familiar a través de fotografías.

MOTIVACIÓN DE CONTRATO

- Pago de servicios fotográficos accesibles.
- Sentir confianza con el fotógrafo/a.
- Fotógrafo/a que vaya de acuerdo a sus gustos fotográficos.
- Fotógrafo/a que trabaje en más de un evento como bautizos, bodas, 15 años.

SEGURIDADES

- Planificar con seguridad lo que se propone.
- Segura de su personalidad.
- Seguridad en su trabajo.

SUEÑOS

- Sueña con ser una excelente mamá y una excelente esposa.
- Sueña con jubilarse para disfrutar con su familia.
- Sueña con tener muchas fotografías enmarcadas en la pared.

SITUACIÓN ACTUAL

Carmen, una maestra que actualmente siente que se encuentra en la mejor etapa de su vida siendo madre, por lo que se acerca uno de los eventos más importantes que es el bautizo de su hijo y próximamente la boda con su esposo con quién es muy feliz.



Carmen González

SINOPSIS

Carmen, es una mujer que ama capturar cada momento familiar a través de fotografías y atesorar en álbumes y retratos cada uno de esos momentos inolvidables.

Buyer Persona

DATOS PERSONALES

- Edad: 35 años
- Sexo: Masculino
- Estado civil: Casado
- Ocupación: Dueño de restaurante.
- Ingresos: \$2000 por día.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

De: Santo Tomás, San Salvador.

Vive en Residencial Cierra Verde, con su esposa.

SITUACIÓN LABORAL

-Experto en manejar negocios relacionados a la gastronomía.

NECESIDADES

Necesita de un fotógrafo/a que pueda encontrar dentro de la zona donde se ubica el restaurante para estar en contacto para la toma de fotografías del lugar.

COMPORTAMIENTO

-Enrique es muy carismático y amable con sus clientes y su personal.

-Visualiza como se vería cada fotografía del lugar en las redes sociales.

-Es muy positivo y lo que planea luchar hasta conseguirlo.

MANEJOS EN REDES SOCIALES

-Es activo en sus redes sociales personales.

-Recientemente ha creado Instagram y Facebook para su negocio pero necesita fotografías profesionales para publicar.

Sus redes sociales preferidas son Instagram y Facebook.

OBJETIVOS METAS Y RETOS

- Contratar a un fotógrafo/a para la toma de fotografías de su restaurante.
- Publicar fotografías profesionales de su restaurante para atraer a más clientes.
- Su mayor reto es contratar a un fotógrafo/a que se encuentre dentro o cerca de la zona del restaurante.

METAS

- Lograr que su negocio prospere día con día que sus clientes se vayan satisfechos.
- Que las fotografías profesionales del lugar publicadas en redes sociales, ayuden a crear más demanda a nivel nacional.

MOTIVACIÓN DE CONTRATO

- Fotografías que vayan de acuerdo a sus gustos fotográficos.
- Fotógrafo/a que tenga publicaciones de lugares, paisajes y fotografías de detalles como: tazas con café, flores, etc.
- Fotógrafo/a que resida cerca del lugar.

SEGURIDADES

- Seguridad para manejar negocios gastronómicos.
- Seguridad con su personalidad ante los clientes y con su personal.
- Sabe muy bien que las redes sociales son necesarias actualmente más para los negocios, pero también sabe que una buena publicación debe ser acompañada de una buena fotografía.

SUEÑOS

- Sueña con que su restaurante sea uno de los reconocidos a nivel nacional.
- Sueña con ampliar su restaurante y tener una cadena de los mismos.
- Sueña que las fotografías profesionales del lugar publicadas en redes sociales, atraigan principalmente a turistas.

SITUACIÓN ACTUAL

Enrique es dueño de un restaurante con una vista impresionante al lago de Ilopango, su negocio poco a poco ha ido creciendo, sin embargo, Enrique considera que para atraer a más clientes es importante publicar fotografías profesionales del lugar.



Enrique Casas

SINOPSIS

Enrique, es dueño de un restaurante en la ruta panorámica de San Francisco Chinameca. Hace dos años que se abrió el lugar y necesita contratar a un fotógrafo que le ayude con fotos profesionales del lugar y que sus clientes al entrar en las redes sociales puedan tener referencias atractivas del lugar.

Buyer Persona

CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los **canales digitales** son los medios que se utilizan para elaborar un plan de marketing online que son enviados a los clientes para orientar su consumo del producto o servicio de la marca personal.

Los canales digitales pueden ser: páginas web, tiendas online, directorios, banners, redes sociales, blogs entre otros; en este caso el canal digital de la marca personal en donde se desarrollará la estrategia de marketing digital es en la red social de Instagram.

Por otra parte, las **líneas de contenido**, son aquellas ideas que se organizan para ser publicadas en los canales digitales, como se recalca, en este caso es Instagram, ya que ayudan a delimitar los pilares de contenido que se publicarán.

Las líneas de contenido con las que cuenta la marca personal Fotografía Stefany Castro son:

BRANDING: Para posicionar la marca personal es necesario hacer publicaciones creativas y propias de la marca en la red social de Instagram.

Se publicarán fotografías relacionadas a los servicios que la marca ofrece, fotografías propias de la marca que serán acompañadas del logotipo que identifica a Fotografía Stefany Castro.

Las fotografías como principal distintivo de la marca personal que logre esa conexión visual con las personas por su originalidad. También dar a conocer las formas de contacto y horarios de atención para hacer sus citas.

CONTENIDO DE SERVICIOS: Es importante que las personas conozcan los servicios que ofrece la marca personal. Servicios específicamente en:

- Eventos familiares como bodas, bautizos, cumpleaños y quince años.
- Sesiones fotográficas pequeñas al aire libre.
- Fotografías de paisajes.
- Fotografías de detalle.

CONTENIDO EDUCATIVO: Ese contenido que sea de valor para los usuarios y que incluso se publique de manera gratuita llama más la atención de las personas porque les permite educarse sobre un tema de interés.

CONTENIDO DE INTERACCIÓN: Es necesario tener una relación con las personas, utilizando las funciones que Instagram ofrece, no solo interactuar por mensajes privados sino también jugar con los elementos que las stories nos brindan, como el cuestionario y las encuestas, para despertar el interés de los usuarios.

VÍDEOS: Elaborar vídeos como los reels en Instagram, es una de las funciones que también generan engagement con las personas porque en un lapso corto de tiempo se puede dar a conocer el contenido de una marca personal de una manera fácil y divertida.

VENTA: Sobre todo para promocionar un incentivo que se le dará al cliente por la compra del paquete fotográfico que elija. Lo cual es una manera estratégica de generar más interés en la compra de los servicios.

A continuación, se presenta de una manera más detallada el canal digital que en este caso es la red social de Instagram, junto con sus líneas de contenido y los formatos que le corresponden a cada línea.

Canal Digital	Líneas de Contenido	Formatos
Instagram	Branding Contenido de Servicios Contenido Educativo Contenido de Interacción Vídeos Venta	Reels Feeds o fotografías Piezas Gráficas Stories

CALENDARIO DE CONTENIDO


En marketing, un calendario de contenido es utilizado para ayudar a una empresa al final de un periodo o en temporadas a preparar lo que vendrá próximamente.

Es decir, es eficaz que, al momento de realizar publicaciones de tu empresa, negocio o marca personal, no se haga de manera improvisada, sino que lo más adecuado es realizar un calendario de contenido con anticipación en donde se tenga la información y los diseños de piezas gráficas prediseñados para que al llegar la fecha de publicación ya todo esté preparado.

El calendario de contenido es básicamente una agenda con todas las estrategias de marketing que se deben llevar a cabo en un periodo próximo, en donde se detallan los días, fechas y horas importantes para hacer pública la información que el cliente necesita. Este método ahorra tiempo y la oportunidad de que lo que ya se haya prediseñado tenga más éxito que algo que se haga al instante.

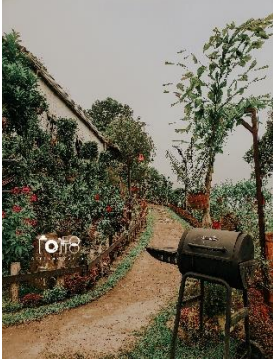


A continuación, se presenta el calendario de la marca personal planificado para 15 días en el que se organiza lo siguiente:



- **Fecha y hora**
- **Formato:** Reels, feeds o fotografías, piezas gráficas, stories.
- **Línea de Contenido:** Branding, contenido de servicios, contenido educativo, contenido de interacción, vídeos, venta.
- **Copy:** Es el texto que contiene contenido de valor que servirá para atrapar al lector y busquen la necesidad de adquirir el producto o servicio.
- **Pieza Gráfica:** Es el diseño de una composición visual que se crea a partir del formato

Calendario Quincenal en Instagram de “Fotografía Stefany Castro” del 01 al 15 de Octubre de 2021				
Fecha y hora	Formato	Línea de Contenido	Copy	Pieza Gráfica
Viernes 01 9:00 a.m.	Fotografía/ Story	Branding	<p>FEED: El Salvador y Guatemala celebran el Día Internacional del Niño y la Niña esta misma fecha 01 de octubre. Fotografía Stefany Castro (emogi de cámara) les desea un feliz día a los pequeños del hogar. (emogi de niños y un globo) #DiadelNiñoylaNiña #ElSalvador #Fotógrafa #SesiondeFotos</p>	



			<p>#SantiagoTexacuangos #Instagram</p> <p>STORY: La misma fotografía del feed acompañado de: Fotografía Stefany Castro (logo) les desea un feliz #DIADELNIÑOYLANIÑA usando gifs de celebración y niños.</p>	
Sábado 02 12:00 md.	Pieza Gráfica/ Story	Branding	<p>FEED: Fotografía Stefany Castro presenta sus horarios de atención (emogi de reloj) y formas de contacto. (emogi de celular) #Fotógrafa #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #fotógrafadeeventos #fotografiadepaisajes #marcapersonal #SantiagoTexacuangos</p> <p>STORY: La story presenta los horarios disponibles para contactar con la marca Fotografía Stefany Castro.</p>	  


<p>Domingo 03 10: 00 a.m.</p>	<p>Stories</p>	<p>Servicios</p>	<p>STORIES: 4 Stories referidas a los servicios que brinda Fotografía Stefany Castro: -Bautizos -Bodas -Sesiones de fotos -Fotografías de paisajes -Fotos de 15 años (Referencia de internet) -Cumpleaños (Referencia de internet) -Fotos de detalle Cada servicio en un hashtag y cada story con gifs de cámaras.</p>	
<p>Lunes 04 5:00 p.m.</p>	<p>Fotografías</p>	<p>Branding</p>	<p>FEED: Fotografía Stefany Castro te presenta algunas fotografías de paisajes para que aprecies algunos lugares de nuestro país: -Palacio Nacional (emogi de palacio) -Playa el Conchalillo, La Libertad (emogi de playa) -Restaurante La Petite Chef (emogi de árbol y flor) #Fotografía #FotografíaStefanyCastro #Fotógrafa #marcapersonal #FotografiadePaisajes #CanonT5 #paisajeselsalvador #paisajesnaturales</p>	

			#SantiagoTexacuangos #Instagram	
Martes 05 2:00 p.m.	Stories	Interacción	<p>STORIES:</p> <p>La primera story contiene una pregunta: ¿Prefieres fotografías en días nublados o en atardeceres? Acompañada de una encuesta.</p> <p>La segunda story contiene la siguiente pregunta: ¿Sabes quién inventó la cámara fotográfica? Acompañada de un cuestionario.</p> <p>Ambas con el logo de la marca personal</p>	
Miércoles 06 9:00 a.m.	Fotografía	Branding	<p>FEED:</p> <p>Para los amantes del café acompañado de un buen libro, Fotografía Stefany Castro les deja esta fotografía de detalle. (emogi de un café y un libro)</p> <p>#FotografíaStefanyCastro #Fotógrafa #marcapersonal #CaféyLibros #Vintage #Tumblr #CanonT5 #Mood #fotografadedetalle #SantiagoTexacuangos</p>	
Jueves 07 1:00 p.m.	Pieza gráfica animada/ Story	Branding	<p>FEED:</p> <p>Lee la siguiente información que Fotografía Stefany Castro tiene sobre el servicio de sesiones fotográficas. (emogis</p>	

			<p>de tres manitas señalando hacia arriba y una cámara) #sesióndefotos #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #Instagram</p> <p>STORY: Información sobre las sesiones fotográficas acompañadas de gif de flechas y cámara. Logo de la marca.</p>	 
Viernes 08	Fotografías	Branding	<p>FEED: Familia Montano Castro celebran el #bautizo de su primer hijo Mateo. (emogi de familia y emogi de paloma blanca) #FotógrafadeBautizo #FotografíaStefanyCastro #Fotógrafa #marcapersonal #CanonT5 #Instagram #SantiagoTexacuangos</p>	

				
Sábado 09 11:00 a.m.	Pieza gráfica/ Story	Venta	<p>FEED: ¿A quién no le gustan los regalos? (emogi de regalo) No te puedes perder la promoción que Fotografía Stefany Castro tiene para ti por la compra de cada paquete fotográfico que elijas. (emogi de cámara y carita enamorada) #FotógrafadeEventos #Fotógrafaeconómica #Regalo #marcapersonal #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #Instagram #SantiagoTexacuangos</p> <p>STORY: Promoción de la marca personal acompañada del logo de la marca, gif de flecha y reacción.</p>	
Domingo 10 3:00 p.m.	Reel	Servicios	<p>REEL: Presentando los servicios de la marca personal Fotografía Stefany Castro: -Bautizos</p>	

			<ul style="list-style-type: none"> -Bodas -Pequeñas sesiones fotográficas -Fotografías de paisajes -Fotografías de 15 años (Referencia de internet) -Cumpleaños (Referencia de internet) -Fotos de detalle 	
Lunes 11 11:00 a.m.	Fotografías	Branding	<p>FEED:</p> <p>¿Por qué no una sesión de fotos? (emogi de cámara y carita con lentes)</p> <p>Enrique es un joven que adora las fotografías al aire libre, le gusta variar las poses y usar diferentes estilos de ropa.</p> <p>Las sesiones fotográficas Fotografía Stefany Castro son dentro o cerca de San salvador.</p> <p>#Fotógrafaeconómica #SesióndeFotos #marcapersonal #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #Instagram #Boy #CanonT5 #Black #Tumblr</p>	
Martes 12	Fotografía	Branding	FEED:	

4:00 p.m.			<p>Fotografía de detalle: La piña (emogi de piña) es el fruto significativo por excelencia en Santa María Ostuma, La Paz. La mayor parte del pueblo tiene decoraciones relacionados a este fruto, por ende, debido a los piñales cultivados en este lugar es que se originó la Feria de la Piña Ostumeña celebrada cada mes de junio.</p> <p>#Fotografiadedetalle #Pueblos #SantaMaríaOstuma #ElSalvador #marcapersonal #Fotografía #FotografíaStefanyCastro #Instagram #Piña #CanonT5</p>	
<p>Miércoles 13 2:00 p.m.</p>	<p>Fotografías/ Story</p>	<p>Branding</p>	<p>FEED: Fotografía Stefany Castro capturó el momento significativo de la Boda de los esposos Cardoza Martínez (emogis de esposos y emogi de anillo). Te comparto alguna de las fotografías. (emogi de cámara y emogi de corazón blanco)</p> <p>#FotógrafadeEventos #Boda #FotógrafadeBodas #Fotógrafaeconómica #SesióndeFotos #atardecer #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #Instagram #CanonT5</p> <p>STORY: Fotografías de la boda de los esposos Cardoza Martínez con movimiento de paneo.</p>	

				
Jueves 14 1:00 p.m.	Reel	Vídeo Educativo	<p>Tips para fotografías al aire libre. Las imágenes son referencia de internet.</p>	
Viernes 15	Fotografía (referencia de internet)	Branding	<p>FEED: Fotografía Stefany Castro te acompaña a capturar los cumpleaños de tus seres queridos (emogi de regalo, emogi de globo y emogi de piñata) #Fotógrafadecumpleaños #FotógrafadeEventos #HappyBirthday #Fotógrafaeconómica #marcapersonal #FotografíaStefanyCastro #Fotografía #Instagram #CanonT5 #Party</p>	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <https://www.google.com/amp/s/bloo.media/blog/que-es-como-construir-potenciar-marca-personal/%3famp>
- <https://doctimiza.com/estrategia-digital/>
- <https://www.google.com/amp/s/letsrebold.com/es/blog/calendario-de-marketing-2022/amp/>
- <https://www.ttandem.com/blog/que-es-el-marketing-digital-y-cuales-son-sus-ventajas/>
- https://www.google.com/amp/s/blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%25C3%25A9-son-para-qu%25C3%25A9-sirven-y-por-qu%25C3%25A9-y-c%25C3%25B3mo-utilizarlos%3fhs_amp=true
- <https://www.google.com/amp/s/letsrebold.com/es/blog/calendario-de-marketing-2022/amp/y-por-qu%25C3%25A9-y-c%25C3%25B3mo-utili>
- <https://www.genwords.com/blog/contenido-de-valor-en-el-social-media#:~:text=El%20contenido%20de%20valor%20es,el%20mensaje%20de%20tu%20marca.>
- <https://eonomiatic.com/que-es-marketing-digital/#:~:text=Los%20canales%20son%20los%20medios,recursos%20para%20llevarlos%20a%20cabo>
- <https://feeguedez.com/crea-lineas-de-contenidos/>
- <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-engagement/>
- <https://www.google.com/amp/s/www.significados.com/foda/amp/>
- <https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/#:~:text=Buyer%20Persona%20es%20la%20representaci%C3%B3n,%20%20objetivos%20%20retos%20y%20preocupaciones.>