

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



“Estrategia de marca Sivarphones”

Presentado por:

Ever Johalmo Martinez Hernández

Carnet: MH15034

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, 01 de Abril de 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

ING. FRANCISCO 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.....	II
Introducción.....	III
Situación actual de la marca y KPI's.....	4
Descripción de la marca.....	6
Foda.....	7
Redes sociales de la marca.....	8
Análisis de la competencia.....	9
Buyer persona.....	11
Canales digitales y líneas de contenido.....	13
Calendario de contenido.....	14
Referencias bibliográficas.....	31

RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en dar a conocer todos los conocimientos que se impartieron en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

cada alumno del curso tuvo que crear su propia marca de sus servicios, productos, o emprendimientos, o para el estudio utilizar una propia ya existente y así desarrollar todo lo necesario para evaluar la misma.

el objetivo principal de este informe es demostrar cuáles son algunos lineamientos que se deben ejecutar para crear y luego dar a conocer una marca personal o empresarial. Por consiguiente, una persona puede construir su propia marca y ofrecer sus servicios o productos dependiendo de su experiencia tanto laboral como profesional, y poder brindar la oportunidad de mostrar a los clientes potenciales habilidades y fortalezas que la competencia no posee.

para desarrollar una marca, primero se necesita crear una estrategia digital que consiste en diseñar un plan de acción desde la creación del logo de la marca hasta la propuesta final de un calendario de contenido para cumplir los objetivos de la marca, estudiar la competencia, analizar los objetivos a los que se dirigirá, etc.

En resumen, crear la estrategia digital con los puntos claves determinará que una marca logre el posicionamiento dentro de un mercado específico hasta poder convertirse en un referente en las redes sociales.

Palabras clave:

Contenido. Marca, Marketing Digital, Redes Sociales, Plan de Marketing Digital, SEO, Posicionamiento, Engagement.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital esta en todos lados actualmente desde los videos de Youtube, hasta el sitio Web de noticias favorito, también es conocido como Mercadotecnia Digital y se trata del conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos.

Además, la implementación de una estrategia de Marketing Digital en redes sociales puede ayudar a una marca, empresa, o emprendimiento a expandirse, conocer sus consumidores, recuperar mercado, analizar problemas o carencias, y ofrecer un servicio o producto diferenciado de calidad para atraer nuevos clientes.

De igual manera, las redes sociales son una excelente herramienta en el Marketing ya que ayuda a potenciar la imagen de cualquier marca y su alcance.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia de marca “SivarPhones”, la cual ofrece servicios de venta de dispositivos móviles. Por lo cual, busca el posicionamiento de la marca, fidelización de clientes, engagement, y el objetivo principal, la venta.

Este trabajo presenta los pasos a seguir para crear un plan de marketing, que como a esta marca se aplicarían a cualquier marca

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

En primer lugar, es tener claro el entorno de una marca, emprendimiento, o empresa, en cual se debe conocer las fortalezas, debilidades y las posibles mejoras.

En este caso, la marca Elizabeth Minero (servicios de comunicaciones) surge con la idea de potenciar sus servicios de una manera creativa para las redes sociales, solucionando los problemas de emprendedores, entidades públicas, y privadas que no saben cómo llegar a sus audiencias.

Además, por la falta de oportunidad laboral en el país la han llevado a emprender digitalmente con sus conocimientos, y experiencias en el periodismo y marketing.

Actualmente, está iniciando con el proceso de darse a conocer en las redes sociales. Por lo tanto, la estrategia principal es que el público conozca los servicios de la marca.

Luego, los clientes potenciales puedan contratar únicamente sus servicios y no trabajar de manera fija ya que esta marca es independiente.

Logos de la marca:



Objetivos de la marca

Objetivos generales:

- Ser una de las marcas más reconocidas en ventas de dispositivos móviles a nivel nacional
- Distribuir a nuestros clientes los modelos más recientes de las marcas más reconocidas

Objetivos específicos:

- Potenciar nuestras redes sociales para llegar a públicos que aún no nos conocen
- Mantener precios competitivos en el mercado de smartphones
- Mejoras las estrategias publicitarias
- Innovar constantemente la mercadería disponible para estar a la vanguardia con los modelos que están de moda en celulares y accesorios.

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 sobre la eficacia y productividad de las acciones que se llevarán a cabo en la marca tomando en cuenta los objetivos.

- Incrementar la comunidad online (Incremento gradual de seguidores.)
- Mejorar el nivel de presentación de productos para el público creando contenido interesante.
- Mejorar la interacción e incrementar el nivel de comentarios que los seguidores hacen en las publicaciones.
- Informar de manera más amplia y entretenida sobre los productos a los seguidores
- Utilización de 3 a 5 palabras claves.
- Aumento en número de visitas al perfil con las Stories y Reels.
- Uso de 3 a 5 Hashtag.
- De 3 o más leads.
- Segmentación de mi público ideal por medio de métricas.
- aumento de likes y comentarios en las publicaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Sivarphones es una tienda online de teléfonos móviles de las marcas mas reconocidas en tecnología, con 4 años de trayectoria, anteriormente contaba con sala de ventas, pero desde el 2019 se traslado completamente a las ventas online.

La empresa nació en 2017 inicialmente por la necesidad de incrementar las ventas de productos relacionados a los celulares y darles una cara e imagen que generara confianza a los clientes dispersos en las plataformas de ventas online de aquella época.

actualmente SivarPhones distribuye dispositivos a nivel nacional, con nuestras empresas aliadas en envío, Cargo Expreso & Aero Flash, en el área metropolitana de San Salvador nosotros nos encargamos de distribuir los pedidos, contamos con 4 empleados, 1 encargado de envíos 1 encargada de preparación de pedidos y agenda de entregas, 1 encargado de mensajería en redes sociales, 1 gerente de marca que realiza pedidos, y realiza las publicaciones en redes sociales, aunque la tarea de respuesta de mensajes se divide entre los últimos 3 debido a la saturación en la bandeja de entrada de mensajes de Facebook, e Instagram.

En el aspecto publicitario, realizamos entre 7 a 10 publicaciones en Instagram Stories, que esta conectado con Facebook, además de que tratamos de publicar 1 POST diario, también hemos pautado publicidad con algunos influencers reconocidos lo que nos ha generado gran cantidad de seguidores y asegurado algunas ventas, de manera empirica hemos realizado campañas sin un lineamiento exacto de como realizarlas.

Sus métodos de venta son:

1. Edición de vídeos

- Vídeos cortos.
- Reportajes, entre otros.
- desde Adobe Premiere.

2. Crear contenido

- Reels.
- Carruseles para Instagram.
- Infografías.

Acá se tomará en cuenta no solo el tipo de contenido que se realizará sino que también el tiempo de cada uno y el producto final deseado por el cliente, recalcar que cada precio será diferente.

FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico.

Además, es una herramienta perfecta para desarrollar la estrategia de la marca porque permitirá saber exactamente qué es lo importante para la marca en este caso es el siguiente:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Contactos con algunos influencer• Variedad de productos• Precios accesibles	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociales en las que no somos constantes• Cobertura nacional• Necesidad inmediata de compra
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Falta de constancia en algunas redes sciales• No contar con sala de ventas• Competencia que roba contenido	<ul style="list-style-type: none">• Caída de precios con los nuevos modelos• Estafadores online• Amplia competencia en redes sociales

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Las redes sociales son un canal perfecto para encontrar clientes e interactuar con ellos. Por lo tanto, la marca implementará el uso de las redes sociales ya que ayudará a mejorar el servicio de atención al cliente, puesto que estos canales permiten la interacción con las personas vía chat o comentarios en las publicaciones.

Además, las redes sociales permiten usar herramientas para segmentar y publicitar logrando probabilidad de compra en los productos o servicios.

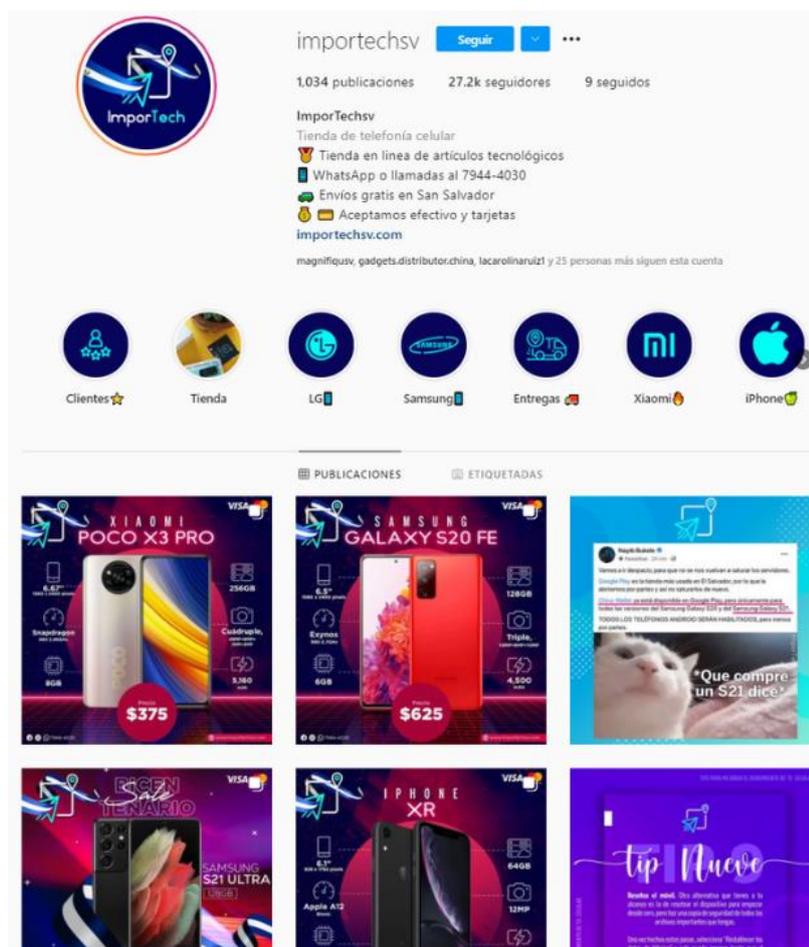
Por lo tanto, la marca Sivarphones utiliza actualmente 3 redes sociales que son: Facebook, Instagram y Tiktok, En el cual le ayudará a tener presencia en estos canales digitales para construir posicionamiento, ganar la atención de sus potenciales clientes y generar ventas.

1. **Facebook:** Sus funciones permiten distribuir y promocionar el contenido. aumentar la visibilidad de tu marca.
2. **Instagram:** Es una plataforma destinada a generar impacto con el contenido visual. y utilizar los hashtags para generar un gran alcance.
3. **Tiktok:** Es una red social versátil y muy visual que permite llegar a personas que no te siguen.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Importech SV

Luego de analizar por largo tiempo a Importech, hemos visto que ellos publican un formato de publicaciones basadas en diseños, poseen un sitio web creado recientemente, aunque en el pasado lo tuvieron hace unos 3 años hoy lo han vuelto a reactivar, publican pocas stories en Instagram, sin embargo, dedican mucho tiempo al diseño de imagen, aunque la mayoría de imágenes no sobrepasa los 150 likes, sin duda es un fuerte competidor al ser una tienda online como nosotros.

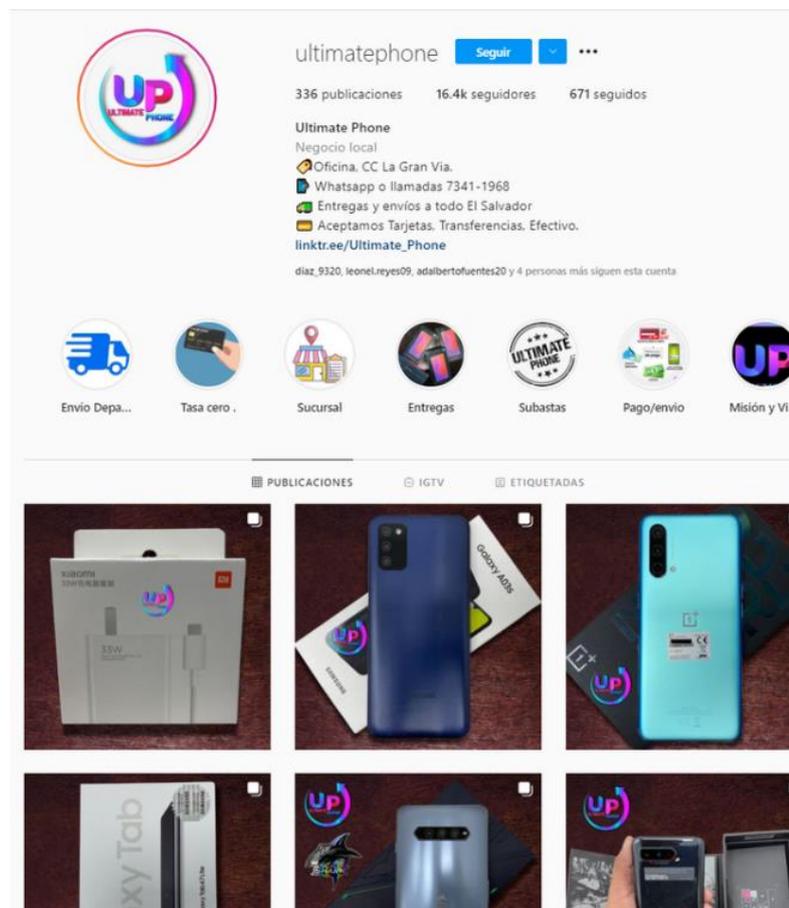


Se destacan aspectos como:

- El logotipo siempre está presente en todas sus publicaciones.
- Utilizan imágenes muy estéticas para presentar los productos
- Mantienen precios actualizados y de mercad

Ultimate Phone

Luego de analizar por largo tiempo también a Ultimate Phone, hemos visto su crecimiento, y observado que ellos publican siempre fotografías directamente del producto con una descripción excesivamente amplia, publican alrededor de 3 a 6 stories por día en Instagram, Ultimate Phone es fuerte al contar recientemente con un establecimiento físico, lo que da a sus clientes un plus para comprar ahí, aunque la mayoría de imágenes se vuelve aburridas, lo que más nos afecta de Ultimate Phone ha sido que ellos en el pasado daban todo a precios increíblemente bajos.



Se destacan aspectos como:

- En todas sus publicaciones brindan una extensa lista de características
- Utilizan imágenes de una calidad no muy estética pero funcional
- Mantienen precios actualizados y más bajos en el mercado

BUYERS PERSONA

Definir el buyer persona ayuda a segmentar de forma concreta el público objetivo. Para realizar el buyer persona se necesita conocer datos de cómo es la vida laboral del cliente potencial, cómo es su día a día, qué aficiones tiene, cuáles son sus objetivos, qué necesidades tiene, datos sociodemográficos concretos e información sobre la relación con la marca.

Además, conocer el comportamiento, gustos y trayectoria de nuestros clientes potenciales nos permite crear una comunicación más individualizada. Es decir, sabremos qué estilo utilizar, qué tipo de contenido compartir y en qué canales digitales se encuentra nuestro buyer persona.

Por lo tanto, los buyers persona de la marca son 3 en cual se investigó a personas de cada rubro como posibles clientes ideales, donde cada uno se encarga de buscar estos servicios en sus trabajos.

Buyer persona 1:



The image shows a buyer persona card for Diana Mena. At the top left, her name 'DIANA MENA' is written in large, bold, black letters. To the right of her name is a silhouette of a woman's head and shoulders with her hair in a bun. In the top right corner, there is a logo for 'SIVAR PHONES' with the tagline 'TU TIENDA DE CONFIANZA'. Below the name and silhouette, the text 'Buyer Persona 1:' is followed by a section titled 'PERFIL' which lists: '-29 Años', '-Vive en San Miguel', '-Empleada Publica', and '-Casada'. The bottom half of the card is divided into three columns: 'HABITOS', 'METAS', and 'FRUSTRACIONES'. The 'HABITOS' column lists several behaviors, 'METAS' lists her goals, and 'FRUSTRACIONES' lists her frustrations.

HABITOS	METAS	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none">-Revisa constantemente las tendencias de moda-Le gusta revisar tiendas online locales para comprar-se comunica con sus seres queridos hasta Estados Unidos por video llamada al menos 2 veces por semana-Cuida a su hija al llegar del trabajo-Pasa viendo Tik Tok mientras hace los quehaceres del hogar-le gusta salir a comer los fines de semana con toda su familia	<ul style="list-style-type: none">- Quiere Graduarse de su segunda carrera- Comprar su casa propia al contado-Comprar un carro para no utilizar el de sus esposo	<ul style="list-style-type: none">-No haber viajado a Europa-No tener visa para visitar a sus padres

Buyer persona 2:

HECTOR JOSUE

Buyer Persona 2:

PERFIL

16 Años

-Vive en San Salvador

-Estudiante de Bachillerato

Vive con sus abuelos





HABITOS	METAS	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> -Es aplicado al estudio y lleva buenas calificaciones -A ahorrado todo el año para comprarse algo importante -se comunica con sus seres queridos hasta Estados Unidos por video llamada al menos 2 veces por semana y le mandan remesa sus tios -utiliza Instagram por ser la red social de m 	<ul style="list-style-type: none"> - Quiere Graduarse pue sus padres le han prometido un premio por culminar bachillerato - Seguir estudiando en la Universidad -Comprar un carro con ayuda de sus padres 	<ul style="list-style-type: none"> -Nunca ha tenido un cel de gama alta -No tener visa para visitar a sus padres

Buyer persona 3:

OMAR TORRES

Buyer Persona 3:

PERFIL

-25 Años

-Vive en San Salvador

-Estudiante de Lenguas Modernas y Empleado de Call Center

-Soltero





HABITOS	METAS	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> le gusta tocar guitarra en su tiempo libre -Juega Free Fire y Call of Duty Mobile en su celular -Le gusta salir a comer los fines de semana a Restaurantes de moda -Revisa constantemente las tendencias de moda -Le gusta comprar online -sube historias a sus redes de cada cosa que 	<ul style="list-style-type: none"> -Tener un Carro -Terminar la U 	<ul style="list-style-type: none"> -Vivir con sus padres -No tener Novia -No obtener el salario que necesita

CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO

Los canales de marketing son los medios que se utilizan para llevar el mensaje del producto o servicio hacia el cliente final, es decir, son los mecanismos que permiten exhibir lo que deseas vender al público objetivo.

Para implementar los canales digitales se debe realizar el análisis de la competencia, conocer el perfil del cliente.

Por lo cual, se debe poseer líneas de contenido ya que estas permiten establecer temas para desarrollar en los canales digitales y ayudan a delimitar el rango temático de la estrategia de contenidos.

A continuación se muestra los canales y las líneas de contenido que la marca necesita:

Canales Digitales	Líneas de contenido
Facebook	Contenido de venta
Instagram	Contenido de valor
Linkedin	Social selling

Ahora bien cada canal digital posee diferentes formatos por ende la marca implementará los siguientes tomando en cuenta las líneas de contenido.

Canales Digitales	Líneas de contenido	Formatos
Facebook	Contenido de venta	Post de venta
Instagram	Difusión Interacción Contenido de valor Venta	Stories, Reels, Carruseles, Feeds.
Linkedin	Social selling Venta	Artículos, Infografías.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Un calendario de contenido implica planificar y organizar el tema a publicar en los canales digitales. Por lo tanto, el calendario permite focalizar una estrategia de contenidos y poder llegar a más clientes potenciales.

El calendario puede ser semanal, mensual o anual. Pero primero se debe realizar una logística para llevar un orden.

La logística del calendario de la marca es el siguiente tomando en cuenta el primer mes de su lanzamiento:

Total de publicaciones en un mes	100
Feeds para Instagram	10-12
Stories para Instagram	50-60
Carruseles para Instagram	4-6
Stories para LinkedIn	8-10
Infografías para LinkedIn	4-6
Producción de videos para LinkedIn	4-6
Tiempo por cada pieza gráfica	De 30 minutos a 1:30
Campañas o temáticas	El primer mes se realizará contenido de valor para que el público conozca la marca

Promociones	El primer mes se regalará una guía gratuita de 10 páginas sobre un plan de contenido para las redes sociales.
Productos a realizar	Feed, Social selling, Stories, Reels, Carruseles.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Luego que sea haya implementado todas las fases anteriores de la estrategia de marca se realizó el siguiente calendario por 15 días donde contiene lo siguiente:

- **Fecha y hora**
- **Formato:** Feed, Stories, Carruseles, Artículos, Infografías, Videos cortos.
- **Línea de contenido:**
 - Difusión
 - Contenido de valor
 - Interacción
 - Social selling
 - Información de promociones y ventas

A continuación, se presenta el calendario de contenido de la marca Elizabeth Minero por 15 días del 1 al 15 de octubre de 2021.

Teniendo en cuenta que, el calendario de contenido es para Instagram únicamente ya que es la red social en la que se esta ejecutando toda la estrategia.

Calendario Quincenal Publicaciones de Instagram Sivarphones

MES: Septiembre /Octubre	Horario de publicación	Tipo de Contenido	Área de Publicación	Copy	Pieza Grafica o Contenido
Lunes 27	6:45 AM	Servicio	Stories	¿Ya conoces nuestras formas de pago? Aquí te las dejamos	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos	Stories	¿Sabias que el Poco X3 Pro se fabrica en 2 versiones? Tu Cual prefieres? (Utilizar herramienta encuesta y poner 128GB / 256GB)	
	1:00 PM	Servicios	Post	Tus seres queridos en el extranjero pueden comprarte un dispositivo desde donde se encuentren, y nosotros te lo entregamos aquí.	
	6:00 PM	Mkt de Contenidos	Reel	Viene de cancion en tendencia mostrando los modelos de las diferentes marcas que distribuimos	Video

	6:45 AM	Servicio	Stories	si resides en la zona metropolitana de San Salvador, tu pedido llega hasta la puerta de tu casa.	
Martes 28	11:00 AM	Mkt de contenidos	Stories	Nunca es tarde para iniciar rutinas de ejercicio y cuidar tu salud, que mejor forma de hacerlo usando tu APPLE WATCH SE.	
	5:00 PM	Mkt de contenidos	post	Si buscas la mejor relación entre calidad/precio te presentamos el poderoso POCO F3 5G con 128GB/ 6 de RAM. Al adquirirlo te llevas completamente gratis unos Earbuds, aprovecha esta super promoción.	
	11:00 AM	mkt de contenidos	Stories	Este día te traemos dos buenisimas opciones Xiaomi redmi Note 10 pro versus Xiaomi Redmi note 10 ¿Cuál te vas a llevar? (utilizar herramienta de votos y poner note 10 pro/ note 10 S)	

	5:00 PM	Mkt de Contenidos	POST	<p>El viejo confiable, renovado Redmi Note 8 2021 Procesador Helio G85 Mediatek Camara 48MP Carga Rapida 18W Bateria 4000mAh 64GB/4GB \$220.00 128GB/4GB \$235.00 Envíos a todo El Salvador #redmi #xiaomi #redminote8 #note8 #sivar #sivarphonesv</p>	
	6:45 AM	Mkt de Contenidos	Stories	<p>El dispositivo con la mejor bateria en nuestra tienda es el POCO X3 PRO, que cuenta con 5000MaH y carga rápida.</p>	

Jueves 30	11:00 AM	Mkt de Contenidos	Story	<p>herramienta encuesta ¿cual marca tiene las mejores baterías? Apple vs Android usar imagen con logos de las marcas.</p>	
	5:00 PM	Producto	POST	<p>Promo 🤩🤩 Redmi 9T 128GB/4GB Incluye Mi Earphones Gratis! #xiaomi #redmi9t #sivar #sivarphonesv #elsalvador #instasivar #redmi</p>	
Viernes 1	6:45 AM	Mkt de Contenidos	Story	<p>Algunos consejor para cuidar la bateria de tu celular son:</p>	

	11:00 AM	Servicios		Todos los días nuestros clientes reciben sus pedidos a nivel nacional: imagen de chat con cliente. Utilizar herramienta de ubicación en mapa	
	5:00 PM	Mkt de Contenidos	Story	Ultimo consejo del día sobre cuidado de la batería, utilizar imagen de dispositivo conectado, herramienta encuesta, Quiénes han pecado haciendo esto? (referencia a mantener conectada la batería)	
Sábado 2	6:45 AM	Mkt de Contenidos	story	Imagen Ilustrativa Apple Watch Serie 3 Te enamora a la cuenta de 3	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos	Story	sigue tu progreso: Imagen con Apple Watch	

	5:00 PM	Mkt de Contenidos	Story	Lleva un registro de tus entrenamientos.	
Domingo 3	6:45 AM	Servicio	Story	Listado de pasos para adquirir un producto	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos Informativo	POST	Como ya sabíamos a partir de octubre del 2020 parte de los "esfuerzos" de Apple por reducir el impacto ambiental, indicaron que el iPhone 11 no incluyera adaptador de corriente ni EarPods. Esta medida se ha aplicado a los iPhone XR, iPhone SE 2020, iPhone 11, y la última línea, los iPhone 12, 12 Pro & 12 Pro Max	

	5:00 PM	Mkt de Contenidos	Story	<p>¿Cuál accesorio es más importante para ti?</p> <p>Utilizar herramienta de encuestas Airpods / Apple Watch</p>	
Lunes 4	6:45 AM	Mkt de Contenidos	POST	<p>Xiaomi informó en un tuit que el redmi note 8 2021 fue uno de sus smarphones más populares de toda su historia con más de 25 millones de unidades vendidas en todo el mundo.</p>	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos	STORY	<p>Diseño: Formas de Pago</p>	

	5:00 PM	Mkt de Contenidos	Story	Cuidado de tus Audifonos Bluetooth Cuida la carga de la batería, ten cuidado con las temperaturas, mantenlos actualizados, la limpieza es muy importante y no se te olvide siempre guardarlos en su estuche	Utilizar Herramientas de Diseño y GIF de la APP
Martes 5	6:45 AM	Mkt de Contenidos	Story	Galaxy Buds Plus Utilizar Herramienta de encuesta ¿Qué Color los prefieres? Cloud Blue/ Cosmic Black	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos	POST	Para estudiar o trabajar, tenemos lo mejor en Tablets de última generación.	

	1:00 PM	Mkt de Contenidos	Stories	<p>utilizar herramienta encuesta: ¿y tu proteges tu celular con funda o lo andas suelto? Tengo un Case/ Mejor solito</p>	
Miercoless 6	6:45 AM	Mkt de Contenidos, trivia entretenimiento	STORY	<p>Herramienta encuesta ¿Que color prefieres el S21+ ?</p>	
	7:00 AM	Servicios	STORY	<p>Nuestros horarios: Lunes a Domingo sin cerrar al mediodia, estamos para ti</p>	

	6:00 PM	Mkt de Contenidos	POST	<p>Sabias que la Note 20 Ultra sera la ultima que se fabricara de la linea Note de Samsung, aùn estas a tiempo de comprar la tuya.</p>	
Jueves 7	6:45 AM	Mkt de Contenidos	STORY	<p>El iOS 15 es capaz de rastrear el iPhone aunque este apagado</p>	
	11:00 AM	Mkt de Contenidos	STORY	<p>Por cada compra te llevas una bolsa ecologica reusable, Pedí tu celular favorito</p>	

	5:00 PM	Mkt de Contenidos	STORY	<p>Recuerda que puedes pagar tus productos en efectivo o con tarjeta. Además tenemos cuotas con tarjetas de crédito.</p>	 <p>Recuerda que puedes pagar en efectivo o con tarjetas. Además cuotas con Tarjeta de Crédito Banco Agrícola, Banco Cuscatlan & BAC.</p>
Viernes 8	6:45 AM	Mkt de Contenidos	STORY	<p>Compra ahora con tarjetas de crédito. Hasta 24 Cuotas sin interéses.</p>	 <p>Compra ahora con tarjetas de crédito. HASTA 24 CUOTAS sin interéses. Con tus tarjetas del banco CUSCATLAN. Recuerda que tenemos muchas formas de pago con BAO y Banco AGRICOLA.</p>
	1:00 PM	Mkt de contenidos	POST	<p>¿Buscas una batería de alto rendimiento y una cámara impresionante? Con el Redmi Note 10 Pro de Xiaomi lograras increíbles fotos y videos sin cargar el dispositivo a cada momento.</p>	 <p>REDMI NOTE 10 PRO. Tus fotos nunca se ven iguales. xiaomi. Potencia en Cámara y Batería. 108MP 5020mAh.</p>
	6:00 PM	Mkt de contenidos	Reel	<p>Mostrando el dispositivo Realme Narzo 30 5G y sus características, Texto: Sabias que este dispositivo tiene la capacidad de expandir su memoria RAM virtualmente.</p>	<p>Video</p>

Sabado 9	7:00 AM	Mkt de contenidos	STORY	Herramienta encuesta Cual prefieren los clientes de @sivarphones? Samsung Note 20 Ultra Galaxy S21 Ultra	 <p>NOTE 20 ULTRA 5G 65%</p> <p>S21 ULTRA 5G 35%</p> <p>¿Cual prefiere el team de sivarphonesv?</p>
	11:00 AM	Venta	POST	¿Cuál de estos Watch andarías en tu mano?	

	1:00 PM	Promociòn Venta	POST	diseño oferta celular mas audífonos	 <p>Redmi Note 9T MIS OFERTAS</p> <p>Colores Night Edition</p> <p>64GB/4GB</p> <p>\$250.00</p>
Domingo10	8:45 AM	Mkt de contenidos	STORY	Herramienta encuesta ¿Cuándo compras un dispositivo que prefieres? Buena Batería / Buena Cámara	 <p>SIVAR PHONES</p> <p>Redmi Note 10 Pro</p> <p>¿Cuándo quieres comprar un dispositivo que prefieres?</p> <p>BUENA BATERIA 55% BUENA CAMARA 45%</p> <p>MI xiaomi</p> <p>CAMARA DE 108MP</p>
	12:00 AM	Mkt de contenidos		Increible Smartphones por tan solo \$390.00 que te parece tener batería y cámaras grandiosas en un solo dispositivo	 <p>INCREDIBLE SMARTPHONE POR TAN SOLO \$390.00</p> <p>que te parece tener batería grandiosas en un solo dispositivo</p> <p>BUENA BATERIA 68% BUENA CAMARA 48%</p> <p>MI xiaomi #sivarphonesv #redminote10pro</p> <p>SIVAR PHONES</p>

	1:00 PM	<p align="center">Promoción Venta</p>	<p align="center">POST</p>	<p align="center">diseño oferta celular mas audífonos</p>	
	6:45 AM	<p align="center">Servicio</p>		<p align="center">Diseño de canva sobre los productos que se comercializar, las marcas.</p>	

Lunes 11	1:00 PM	Promoción Venta	POST	Oferta audífonos mas celular.	 <p>Redmi 9T MIS OFERTAS</p> <p>Oferta audífonos mas celular.</p> <p>\$250.00</p> <p>128GB/4GB</p>
	1:00 PM	Mkt de contenidos	Stories	Herramienta encuesta ¿Si tuvieras que elegir uno, cuál sería?	 <p>¿Si tuvieras que elegir uno cual sería?</p> <p>S21 55% IPHONE 12 45%</p>

Referencias

- Pecanha, V. (2021, enero 10). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?* rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/marketingdigital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido,desarrollar%20una%20identidad%20de%20marca>.
- Sordo, A. I. (2021, mayo 11). *Cómo hacer un análisis de tu competencia*. hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>
- Villalobos, C. (2020, septiembre 25). *Quiénes somos: 10 descripciones inspiradoras de empresas*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/descripcion-de-una-empresa-ejemplos>
- Asana. (2021, julio 1). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo*. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- de Castro, I. N. (2021, marzo 1). *¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing?* rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>
- Inboundcyle. (n.d.). *Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla*. Inboundcyle. <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>
- 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-parauna-empresa>