

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



TÍTULO:

Estrategía de Marca:Insight

PRESENTADO POR:

Ligia Esmeralda Serrano Barrios (SB 07006)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN, PARA OPTAR AL
TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO.**

DOCENTE ACESOR:

Licenciada Silvia Maria Estrada

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR 17 DE JUNIO DEL 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Mtro. Roger Armando Arias Alvarado

VICERRECTOR ACADÉMICO

Phd. Raúl Ernesto Azcúnaga López

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Ing. Juan Rosa Quintanilla

SECRETARIO GENERAL

Ing. Francisco Alarcón

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Msc. Oscar Wuilman Herrera Ramos

VICEDECANO

Licda. Sandra Lorena Benavides de Serrano

SECRETARIO

Mtro. Juan Carlos Cruz Cubias

AUTORIDADES DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO

DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Msc. Carlo Ernesto Deras

COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACIÓN

Msc. Yupiltsinca Rosales Castro

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Licenciada Silvia Maria Estrada

ÍNDICE

RESUMEN	iv
INTRODUCCIÓN.....	v
1. ESTRATEGIA DE LA AGENCIA INSIGHT.....	6
1.2 Quienes somos.....	7y8
1.3 Objetivo principal.....	9
1.4 Misión y Visión.....	9
1.5 Nuestros servicios.....	10y11
1.6 Analisis FODA.....	12Y13
1.7 Analisis de la competencia.....	13,14y15
1.8 Buyer persona.....	16y17
1.9 Nuestras Redes Sociales.....	17
1.10 Logo agencia Insight.....	18
1.11 Objetivos generales.....	19
1,12 Objetivos especificos.....	19
1.13 Canales Digitales a utilizar.....	20
1.14 Líneas de contenido.....	21
1.15 KPI's.....	22
1.16 Calendarización.....	23,24,25,26,27,28,29y30
Bibliografía.....	31

RESUMEN

En el presente trabajo se muestra todo lo aprendido durante el periodo de seis meses en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, en donde cada alumno de la carrera de periodismo creó su propia marca o realizó su trabajo con su propio emprendimiento.

Todo esto se realizó con el fin de dar a conocer sus objetivos, determinar su público, diseñar su propia imagen, medir sus resultados y ver las competencias y así poder brindar una mejor oportunidad a sus clientes es por ello que se realizó esta estrategia de marca el cual fue diseñado desde como comenzó la agencia y hasta donde ha llegado en la actualidad

Siendo así que el objetivo principal en esta Estrategia de Marca es darle seguimiento y hacer crecer a la empresa Insight que fue creada en el año 2018, para eso realizó un diagnóstico de las estrategias antes utilizadas, luego se hizo un análisis de la competencia para así determinar los medios digitales más eficaces para abordar a los clientes y así poder ver cuáles son las acciones que se deben ejecutar, para crecer y llegar a más clientes.

Palabras claves:

Marketing Digital, Redes Sociales, Marca Personal, Publicidad, Imagen corporativa.

INTRODUCCIÓN

El mundo entero en los últimos años ha experimentado una serie de transformaciones en todos sus ámbitos, tal es el caso de la tecnología que ha ido creciendo y ha hecho cambios en nuestras vidas, en la actualidad conocemos más acerca de la Mercadotecnia Digital o Marketing Digital, que se basa en el conjunto de actividades que una empresa ejecuta con el objetivo de atraer nuevos negocios y desarrollar su identidad dentro de las redes sociales y son utilizadas como herramientas para ayudar a crecer y dar a conocer la imagen de una marca o empresa y así poder expandirse dentro del mercado.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia de marca de la agencia Insight, el cual ofrece servicios de elaboración de Brief, branding, marketing digital, relaciones públicas y comunicaciones, además de producción de fotografía, diseño gráfico y producción de spots publicitarios, a su vez conocer problemas o carencias que posee y así mejorar para poder atraer nuevos clientes.

Es por ello que este informe es el resultado final que se realizó en el curso de especialización de Redes Sociales y Medios Digitales, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos y así poder dar a conocer como esta compuesta la presente estrategia de marca, la cual termina con la presentación de un calendario de contenido para redes sociales que en este caso solo se utilizaron dos que son Facebook e Instagram, el cual detalla la planificación y organización del contenido que se publicó en el periodo del 1 al 15 de Octubre del año 2021 por la agencia Insight.

1.0 Agencia Insight



1.2 Quienes somos:

Somos un equipo de profesionales expertos e híbridos, con grandes capacidades en el área comunicacional, medios tradicionales y digitales, con un profundo conocimiento de medios locales y publicidad exterior.



Conoce a nuestros **CREATIVOS**

LIGIA

FERNANDO

LUCIA

ARTURO

CARLOS

GUILLERMO

EDNA



NACIMOS

En 2018 como resultado de la ilusión conjunta de un grupo de profesionales con una dilatada y exitosa trayectoria tanto en anunciantes como en agencias de medios. Nuestro profundo conocimiento del mercado publicitario desde todos los ángulos nos ha permitido crear un modelo de negocio innovador y diferencial que satisface las necesidades de nuestros clientes.



COMUNICACIONES

RELACIONES PÚBLICAS

MERCADEO

1.3 Objetivo principal

NUESTRO PRINCIPAL OBJETIVO

Realizar acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo. Mediante la determinación de aspectos empresariales como:

FILOSOFÍA **CULTURA** **IDENTIDAD**

REPUTACIÓN

The infographic features a yellow background with the Insight logo in the top right corner. A vertical column of blue social media 'like' icons is positioned on the right side. A red and white target icon with a blue arrow is located on the left side, pointing towards the word 'REPUTACIÓN'.

1.4 Misión y visión

MISIÓN Innovar marcas, rentabilizando la tecnología.

VISIÓN Marcar tendencia y liderar la industria digital por medio de soluciones creativas.

VALORES

- Orgullo de pertenencia:** Nos sentimos orgullosos de ser; Insight, somos valientes. Nos atrevemos a hacer las cosas de forma diferente. Nos gusta ser distintos en todo lo que hacemos.
- Pasión por el cliente:** Somos apasionados, estamos seguros de nosotros mismos y miramos hacia el futuro con confianza. Forzamos los límites. Marcamos una diferencia en la vida de nuestros clientes.

The infographic has a yellow background with the Insight logo in the top right corner. A vertical column of pink heart icons is on the left side. The background features faint silhouettes of people in conversation.

1.5 Nuestros servicios



<p>Elaboración de BRIEF Y BRANDING</p> <p>Documento estratégico que comprende el feedback del cliente-creativo. El branding, destaca la personalidad, valores y atributos de la marca para tener una esencia única, Identidad corporativa; MISIÓN, VISIÓN, VALORES. Logotipo, código de colores, y tipografía, Líneas graficas para promocionales, y uniformes corporativos.</p> <p>Desde \$500.00</p>		<p>MARKETING</p> <p>Establece tus metas y objetivos a corto y largo plazo Crea una propuesta única de ventas, define tus fuentes de tráfico, toma en cuenta el marketing de contenidos, EMAIL, WHATSAPP, CREACIÓN DE EVENTOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.</p> <p>\$700.00 Mensuales</p>
	<p>Relaciones públicas y comunicaciones</p> <p>Creación de estrategias comunicacionales y de mercado. Proyectar una imagen corporativa de la figura de la empresa, crear y cuidar los contenidos de la marca, propiciar una buena comunicación de la compañía con el exterior y MC.</p> <p>\$500.00 Mensuales</p>	



Producción de fotografía
Desde \$150.00



Diseño Grafico
Desde \$100.00



Producción de Spots publicitarios
Desde \$300.00



NUESTROS SERVICIOS



like
DISEÑO PARA REDES SOCIALES



-  4 Flyers para FACEBOOK Servicio y interacción con el cliente y compartir en grupo \$100.00 mensuales.
-  8 Flyers para FACEBOOK, 2 Videos para FACEBOOK Servicio y interacción con el cliente y compartir en grupos. \$150.00 mensuales.
-  15 Flyers para FACEBOOK, 4 videos de la marca elaboración de campaña servicio y interacción con el cliente. \$300.00 mensuales.

1.6 Analisis FODA



insight

ANÁLISIS FODA
FORTALEZAS

Personal capacitado para dar respuestas a exigencias del mercado y de los clientes.

Estamos orientados a un sector de negocios escala baja, media y alta.

Buena calidad del producto final, excelente vía de comunicación, y servicio al cliente.

Solidez financiera; Lo que permite poder acceder a créditos que nos permita invertir en proyectos de escala superior.

Alta capacidad de innovación



OPORTUNIDADES

El mercado a cambiado y muchas marcas necesitan innovación en sus servicios.

Destacar ante la competencia. Hay mucha competencia en El Salvador respecto a agencias de publicidad pero hay pocas con servicios innovadores.

Hacer uso de las tecnologías de manera innovadora para posicionar la marca en el mercado.

Capacitación constante ante los nuevos avances del mercado y sus demandas, por vía virtual desde cualquier parte del mundo.

DEBILIDADES

- Desmotivación del equipo de trabajo debido a trabajos mal valorados económicamente.
- Económicamente dependemos del mercado salvadoreño, que no se adaptan fácilmente a la innovación.
- No contamos con fondos económicos propios que nos permita realizar proyectos de escala superior.

AMENAZAS



- No somos inmune a la falta de certeza financiera. El mercado es cambiante.
- El tiempo suele mantenernos casi siempre en apuros, todos los clientes quieren resultados rápidos y pueda que podamos perder una cuenta por la falta de este.


1.7 Analisis de la competencia




2

SITIOS WEB CON PRESENCIA DE LAS MARCAS

Nombre de la competencia	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	PAGINA WEB
BRAND MANIACS 	✓	✓	✓	
ID MARKETING EMPRESARIAL 	✓	✓		
GRATT AGENCIA CREATIVA 	✓	✓	✓	



Las publicaciones realizadas por parte de la agencia suelen ser creativas, colores de acuerdo a su marca, buena línea gráfica, contenidos de valor variados, los likes son bajos de 7 a 16. Las visualizaciones oscilan entre 947 a 1,100.



Diseños muy creativos, poco contenido de valor, publicaciones muy propias del rubro de la marca. Los likes no suben de 16, sus visualizaciones no llegan a mas de 500.



Contenido de valor aceptable, poca buena linea gráfica, no son creativas sus publicaciones, sus likes no suben de 10. Sus usuarios suelen compartir muy poco. No transmiten frescura, innovación en sus redes sociales.



1.8 Buyer persona

BUYER PERSONA



Jorge Carbonel
Empresario, 42 años
Personalidad: Poder de decisión y es arriesgado

Background:

- Gerente de la empresa familiar dedicada a la elaboración de productos cosméticos naturales.
- Trabaja en la empresa de su padre desde hace 15 años pero es el gerente desde hace dos.
- Separado y una hija.

Retos:

- Diversificar el negocio para evitar riesgos
- Aumentar la producción para ofrecer un producto de mayor calidad a bajo costo.

Metas:

- Abrirse paso a nuevos mercados internacionales.

Frustraciones:

- "Necesito asesoramiento sobre innovación corporativa"
- "No sé cómo dar el salto hacia la internacionalización"

Interés:

- Cómo manejar una imagen corporativa ideal para nuevos mercados internacionales.

Miedos:

- Le preocupa no poder estar a la altura de la competencia.
- ¿Cómo proyectar su empresa hacia nuevos mercados?

BUYER PERSONA



Liss Mejía
Empresaria, 40 años
• Actitud calmada
• Tiene un asistente que le filtra las llamadas
• Pide garantías por correo o vía impreso

Background:

- CEO de Inmobiliaria ALPHA.
- Trabaja en la misma empresa desde hace 5 años.
- Casada y con dos hijos

Retos:

- Aumentar los proyectos de construcción de la empresa
- Poder asumir todos los cambios que necesita la empresa para posicionarla en el sector.

Metas:

- Mantener volumen de proyectos ganados en un alto nivel.
- Que las acciones de la empresa suban conforme a la credibilidad de la misma.

Frustración:

- Ha tenido dificultades para adaptar las tecnologías adecuadas a las necesidades de la empresa


Interés:

- Gestionar en una sola plataforma todas las bases de datos de la empresa.
- Integrar los sistema de marketing expertos para posicionar la marca.

Miedos:

- No estar en sintonía con las exigencias del mercado en cuanto a cómo nos perciben los públicos.

BUYER PERSONA



Omar Cuadra
Empleado, 38 años

- Persona inquieta
- Busca informarse todo el tiempo

Background:

- Social Media Strategist.
- Soltero
- Se encarga de los contenidos y de las estrategias en redes sociales de clientes de la empresa para la que trabaja.

Retos:

- Convertirse en un referente del sector.
- Crear su propia empresa.

Metas:

- Tiene su foco en seguir formándose.
- Continuar dando ponencias.

Frustración:

- Dificultad para imponer a sus jefes su propia estrategia en los clientes que él lleva.

Interés: Todas las nuevas herramientas de marketing que aparecen en el mercado

Miedos: Se preocupa no poder proyectarse de manera correcta en un nuevo mundo empresarial.
-Tiene experiencia para tratar con clientes de otros, pero no con los suyos, le teme no darse a comprender.

1.9 Nuestras redes sociales



NUESTRAS REDES SOCIALES

 Insight

 insight.agencia

1.10 Logo Agencia Insight



1.11 Objetivos generales

OBJETIVOS GENERALES

Realizar acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo. Mediante la determinación de aspectos empresariales como:

FILOSOFÍA **CULTURA** **IDENTIDAD**

REPUTACIÓN

1.12 Objetivos específicos

2- Recurrir a los valores de los consumidores, y comunicar fielmente la realidad de marca y producto. Para fidelizar a los clientes con acciones innovadoras, y consistentes.

OBJETIVO ESPECIFICO

1- Crear contenidos innovadores y diferenciadores de acuerdo a la identidad de la marca.

2- Ofrecer calidad, responsabilidad en el servicio y con el personal adecuado y capacitado.

1.13 Canales digitales a utilizar



FACEBOOK

Es el mejor lugar para publicar un portafolio profesional, un currículum online, y presentar los casos de éxito corporativos y profesionales. Además, conecta a profesionales entre sí, para ayudarles a ser más productivos, y a alcanzar sus metas laborales.

Las empresas necesitan tener una fan page o página de fan en la que ofrecer información básica sobre su empresa. Y dependiendo de su público, y de si este se encuentra en Facebook, ir ampliando la información con las diferentes herramientas con las que cuenta: Tienda, vídeos, Marketplace.



INSTAGRAM

La utilización de esta red social se debe principalmente a que une con la audiencia, permitiendo a los gestores de contenido crear estrategias de fidelización, las cuales son útiles para generar comunidades alrededor de la marca.

Al ser una red social que se focaliza en lo visual, posibilita que los empresarios luzcan sus productos o servicios con fotografías de alta calidad. Y además, al ser una aplicación móvil actúa alrededor de un concepto clave: la inmediatez, lo cual hace que los usuarios puedan interactuar de manera instantánea y rápida. Permintiendonos atraer mas audiencia para nuestra marca.

1.14 Líneas de contenido

LINEAS DE CONTENIDO

Contenido sobre servicio: Deseamos dar a conocer en nuestras plataformas digitales contenido de los productos que ofrecemos en nuestra agencia Insight, mostrando nuestros puntos fuertes y atributos diferenciales respecto a la competencia.

Diseños o piezas gráficas: Con esta línea de contenido deseamos generar mayor trafico de aquella audiencia que esta interesada en nuestros servicios. Creando una linea gráfica visualmente atractiva que genere interés. Ejemplo; Días especiales, contenido de valor.

Fotografías de los procesos: A las personas les gusta ver como darle forma a las cosas, sus colores, formas, etc.

Contenido que resuelva problemas; Por lo general las personas saben que buscan un cambio en sus marcas pero no saben cuales son los necesarios, y los indicados. Por esa razón queremos crear contenido que responda a las preguntas más frecuentes de nuestra audiencia.

Septiembre 2021
 Lu Ma Mi Ju Vi Sa Do
 1 2 3 4 5
 6 7 8 9 10 11 12
 13 14 15 16 17 18 19
 20 21 22 23 24 25 26
 27 28 29 30

Noviembre 2021
 Lu Ma Mi Ju Vi Sa Do
 1 2 3 4 5 6 7
 8 9 10 11 12 13 14
 15 16 17 18 19 20 21
 22 23 24 25 26 27 28
 29 30




OCTUBRE 2021

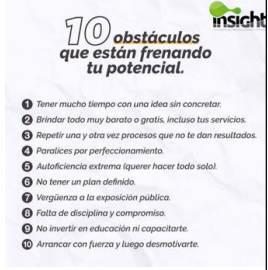

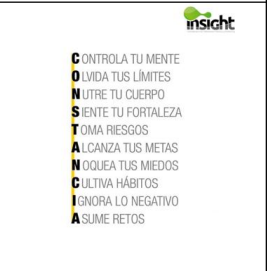

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 2 PIEZAS GRÁFICAS	2 NO PUBLICACIÓN	3 NO PUBLICACIÓN
4 PIEZAS GRÁFICA	5 PIEZA GRÁFICA Y RESOLVER PROBLEMAS	6 BRANDING Y FRASE	7 PIEZAS GRÁFICA Y CONTENIDO	8 PIEZAS GRÁFICA Y CONTENIDO	9 NO PUBLICACIÓN	10 NO PUBLICACIÓN
11 PIEZAS GRÁFICA Y BRANDING	12 PIEZAS GRÁFICA Y FOTOGRAFÍAS DE TRABAJOS	13 BRANDING SERVICIO DE VENTAS	14 BRANDING Y PIEZA GRÁFICA	15 PIEZAS GRÁFICA Y CASO DE ÉXITO	16 NO PUBLICACIÓN	17 NO PUBLICACIÓN
18 VIDEO PROMOCIONAL	19 BRANDING SERVICIO DE VENTAS	20 CASO DE ÉXITO	21 PIEZAS GRÁFICA	22 PIEZAS GRÁFICA	23 NO PUBLICACIÓN	24 NO PUBLICACIÓN
25 PIEZAS GRÁFICA Y BRANDING	26 PIEZAS GRÁFICA Y BRANDING	27 PIEZAS GRÁFICA	28 PIEZAS GRÁFICA	29 VIDEO PROMOCIONAL	30 NO PUBLICACIÓN	31 NO PUBLICACIÓN


1.15 KPI's



KPI'S A MEDIR			
	Branding- Notoriedad	Compromiso	Fidelización-Nuevos Clientes
	-Cuantas veces se compartio. -Total de Publicaciones. -Número de nuevos fans.	-Número de comentarios. -Número de me gustas. -Número de clics.	-Número de visitas. -Número de preguntas recibidas. -Referidos.
	-Total de Publicaciones. -Números de nuevos seguidores. -Impresiones en Hashtag.	-Número de comentarios. -Número de me gustas. -Número de clics.	-Número de visitas. -Número de preguntas recibidas.




1.16 Calendarización



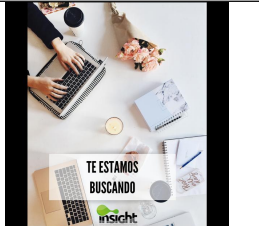

ALUMNA: Ligia Esmeralda Serrano Barrios SB07006							
Calendario de Instagram y FACEBOOK							
Calendarización PRIMERA y SEGUNDA. Semana de Octubre de 2021							
Fecha	RRSS		Horario	Tipo de contenido	Link	Copy	Descripción Gráfica
	Fb	In					
Viernes 1	●	●	8:00 am	streaming	Días especiales	"Un día te darás cuenta que no eres una superviviente más, sino una valiente guerrera que jamás se rindió." Feliz inicio del mes de octubre.	
	●	●	3:00 pm	streaming	Días especiales	Que nadie, nunca, te saque la magia de ser niño. Feliz día.	
Sábado y Domingo			No publicaciones				
Lunes	●	●	9:00 am	streaming	Pieza gráfica	Feliz inicio de semana	



	●	●	11:00 am	streaming	Contenido de Resolver problemas	Todos pasamos por alguno de estos bloqueos, ¿Cuál estas sufriendo ahora?	
Martes	●	●	11:00 am	Streaming	Branding	<p>¿Buscas un diseñador? Nosotros hacemos que tu marca tenga una imagen más profesional. Diseñamos tu logo. (isotipo + logotipo) Diseño para redes sociales (Post, flyers) Portadas, banners, stickers, fotos de perfil.</p> <p>Contáctanos 7961-25-42</p>	
	●	●	3:00 pm	Streaming	Branding	No hay secretos, para lograrlo que te propones se necesita constancia.	
Miércoles		●	10:00 am	Streaming	Branding	¿Alguna vez te has preguntado por qué los números terminando en 99 centavos o en cifras	

Viernes		●	9:00 am	Streaming	Brandi ng	<p>Ultimamente estoy viendo muchas personas que dicen ser "influencers o famosas" dedicadas a promocionar marcas, con el solo fin de ganar un poco más de dinero o en algunos casos ahorrárselo. Cuidado a quienes les confías tu marca, recuerda que el éxito de un emprendimiento cuesta años de trabajo, pero también recuerda que lo puedes hacer desaparecer en pocas horas, las decisiones en base a estrategias bien realizadas son las que marcarán tu destino.</p>	
---------	--	---	---------	-----------	-----------	---	---

		●	3:00 pm	Streaming	Brandi ng	¡Emprender es el mejor camino para lograr tus sueños! ¿Qué estás esperando para comenzar?	“ Si tú no trabajas por tus sueños alguien te contratará para que trabajes por los suyos. insicht ”
Sábado y domingo			No publicación				
Lunes			9:00 am	Streaming	Pieza gráfica	Feliz inicio de semana	¡HOLA LUNES! BUENOS DÍAS [BUEN] INICIO DE SEMANA insicht
	●	●	11:00 am	Streaming	Brandi ng	Si bien la lógica determina que no hay un "horario exacto" en que tus posts serán 100% efectivos, las estadísticas que arrojan algunos datos del 2020 demuestran que si existe un pico de tráfico para cada red.	
Martes	●		11:00 am	Streaming	Pieza gráfica	Un poco de amor para comenzar el día.	Las miradas no matan Las miradas:  insicht

	●	●	3:00 pm	Streaming	Fotografía del antes y después de los procesos.	Procesos! Producción y Post producción.	 
Miércoles	●	●	10:00 am	Streaming	Branding	<p>¿</p> <p>¿</p> <p>¿</p> <p>Contiene las herramientas útiles para trabajar desde casa.</p> <p>Utilizar la tecnología para mejorar nuestros procesos y facilitar el trabajo, se convirtió en una necesidad.</p> <p>Lejos de ser un enemigo, la tecnología y los medios digitales se convirtieron</p>	

						n en un aliado que ayuda a impulsar el crecimiento y progreso de cada negocio..	
	●	●	5:00 pm	Streaming	Brandi ng	¡Elige no descuidar tu negocio! Con el servicio de; Mantenimi ento de Redes Sociales tendrás contenido de calidad casi al instante. ¡Atreveté a invertir!	
Jueves	●	●	9:00 am	Streaming	Brandi ng		
	●	●	8:00 pm	Streaming	PiezaG ráfica	¡Atreveté a invertir!	
Viernes	●	●	9:00 am	Streaming	Pieza Gráfica	Como primer mandamiento; Todo emprendimiento que perduró en el tiempo fue porque desde el comienzo hizo las cosas bien.	

						No es magia.	
	●	●	2:00 pm	Streaming	Caso de éxito	Invierte en tu imagen. Otra marca que entendió a la perfección la primera ley del marketing, "Todo entra por los ojos.	 

Bibliografía

-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)

-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>