

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: SILVIA MARTÍNEZ, ESTRATEGA
CREADORA DE CONTENIDO, FOTÓGRAFA**

PRESENTADO POR:

SILVIA YANETH DE PAZ MARTINEZ

CARNÉ

(DM14018)

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

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 05 DE SEPTIEMBRE DE 2022**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS
RECTOR

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO FRANCISCO ALARCON
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN
FISCAL GENERAL

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS
DECANO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
VICEDECANA

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS
SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS
JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primera instancia a Dios ya que siempre me guía y da sabiduría en todos los pasos que doy, agradezco por su infinita misericordia y por haberme permitido llegar a este momento especial y tan esperado que al principio se sentía muy lejano pero que finalmente llego.

Agradezco también a mi familia especialmente a mi madre María Liseth Torres, por su apoyo incondicional y por estar apoyándome, impulsándome y aconsejándome en cada paso de mi vida, además de ser mi motor de inspiración y motivación para superar todos los obstáculos.

A mi padre José Luis Sánchez, que ha sido mi apoyo durante lo que llevo de vida y en el transcurso de esta aventura dentro de la universidad, agradezco sus regaños y consejos que me han formado carácter.

A mis tres mosqueteras, mis hermanas Yessenia, Xiomara y Daysi que me son mi ejemplo a seguir y que me han ayudado en muchas formas a lo largo de mis estudios y que son mi guía.

A lo largo de la carrera también he conocido amigos que han formado parte de mi vida, a los cuales agradezco por ser mi apoyo entre ellos están Sandra Ramírez, Deysi Cerón, Alejandro Brito y Cecilia Villatoro.

INDICE

Contenido	
RESUMEN	V
INTRODUCCIÓN	VI
HISTORIA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	IV
OBJETIVOS DE LA MARCA	8
OBJETIVOS GENERALES	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
LOGO DE LA MARCA	8
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA:	9
CANALES DIGITALES A UTILIZAR	9
DISTINTIVOS DE LA MARCA	10
OBJETIVOS COMERCIALES	11
BUYER PERSONA	13
LÍNEAS DE CONTENIDO	16
SUBTEMAS DE LÍNEAS DE CONTENIDO	17
KIP'S	19
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	21
Puya web	21
DMNT	22
Que te valga sv	23
GC Company	23
CALENDARIO DE CONTENIDO FACEBOOK	25
CALENDARIO DE CONTENIDO INSTAGRAM	34
REFERENCIAS	37

RESUMEN

La realización de este trabajo está basada a partir de los conocimientos adquiridos en el curso de especialización de Contenido Digital y Redes Sociales, en este documento se desarrollan las acciones que se deben tomar en cuenta a la hora de crear un plan estratégico para impulsar una marca o emprendimiento en las redes sociales. Estas acciones deberán estar basadas en la idea de negocios que se tenga y en los productos o servicios que se ofrecerán al público. Para cumplir los objetivos que se planteen, el siguiente paso es elaborar la estrategia de marca que incluya, entre otras cosas, el diseño y elaboración de un logo, delimitar a los posibles clientes, y un calendario de contenidos. En resumen, el posicionamiento efectivo de la marca dependerá de la correcta implementación de la estrategia de marca, enfocada en los objetivos que se quieren lograr como negocio o como marca personal.

Palabras clave: Contenido de valor, estrategias digitales, marketing, KPI'S

INTRODUCCIÓN

El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media. Además, la implementación de una estrategia digital son todas aquellas acciones que ejecutan una empresa u organización para aumentar presencia y relevancia en medios digitales como redes sociales, sitios web o incluso dentro de los motores de búsqueda como Google. La intención es atraer, convencer y fidelizar clientes potenciales y consumidores de una marca y lograr elevar las ventas de la compañía y aumentar su notoriedad en el segmento.

Por ese motivo, crear e implementar una estrategia es un factor clave del proceso de transformación digital de una organización y garantiza que la tecnología se está integrando de acuerdo a los objetivos generales y específicos del negocio. El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer la estrategia de marca personal “Alejandro Brito, Creador Digital”, en la que ofrece servicios en el área de comunicaciones y marketing. Por lo cual la finalidad es buscar el posicionamiento de la marca, fidelizar clientes, engagement y venta.

Se recalca que este trabajo no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre todos los conocimientos adquiridos durante el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales. Por lo tanto, este trabajo no presenta capítulos, sino que son los pasos a seguir para crear un plan de marketing para una marca personal. Por lo tanto, el resultado final de este trabajo se da a conocer los objetivos generales y específicos de la marca, canales digitales a utilizar, líneas de contenido, planificación de contenido a publicar para 15 días en las redes sociales Facebook e Instagram y el calendario de contenido para cada red social con sus respectivas piezas gráficas.

HISTORIA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Este emprendimiento va comenzando, pero desde su inicio está enfocado a destacar e innovar sus servicios haciéndolos de una forma creativa que llame la atención del público meta.

Mi marca nace durante el desarrollo de mis estudios universitarios ya que a medida avanzaba iba descubriendo mis áreas de interés y descubrí que me apasiona el mundo audiovisual.

Actualmente las redes sociales han cobrado mucha fuerza y pues la combinación de ambas herramientas y la suma de estrategias de marketing serán de mucha importancia para potenciar tu negocio.

Mi marca nace durante el desarrollo de mis estudios universitarios ya que a medida avanzaba iba descubriendo mis áreas de interés y descubrí que me apasiona el mundo audiovisual.

Actualmente las redes sociales han cobrado mucha fuerza y pues la combinación de ambas herramientas y la suma de estrategias de marketing serán de mucha importancia para potenciar tu negocio.

OBJETIVOS DE LA MARCA

OBJETIVOS GENERALES

- Ser una marca reconocida y posicionada principalmente a nivel central, luego a nivel nacional por la calidad en el trabajo, la creatividad y el ingenio.
- Ampliar y promover mis servicios, cartera de clientes, herramientas y tener mas personal.
- Aumentar el nivel de interacciones, mediante la actualización en el mundo digital constantemente, crear mejores estrategias de marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Innovar constantemente en herramientas y contenido.
- Ampliar la cobertura y zona geográfica para que sea reconocida a nivel nacional.
- Ser constante en la publicación de contenido sobre mis servicios, tips etc. en mis redes sociales
- Crear contenido de valor para que los seguidores vean la calidad de mi trabajo.
- Utilizar diversas herramientas que ayuden a hacer mi contenido más dinámico.
- Innovar y actualizarme constantemente en el mundo digital y herramientas digitales.

LOGO DE LA MARCA



DESCRIPCIÓN DE LA MARCA:

- **Asesoría de marca:** se brindará de forma online o presencial, asesorando de forma personalizada. Asesoría de marca: se creará tu branding, logo, manual de marca, creación y mantenimiento de redes por 1 mes \$400.00. Asesoría de estrategias de marketing: Se brindará de forma online o presencial, cumpliendo los objetivos que el cliente necesite: venta, incrementar seguidores, fidelización de la marca \$400.00.
- **Asesoría de estrategias de marketing:** Se brindará de forma online o presencial, cumpliendo los objetivos que el cliente necesite: venta, incrementar seguidores, fidelización de la marca \$400.00.
- **Toma de fotografías:** se realizará de forma personalizada, creativa, dinámica y única, desde \$40 por sesión y edición de 3 productos.
- **Elaboración de piezas graficas:** de forma creativa y acorde a las características que posea el producto o servicio. 4 piezas para Facebook e Instagram desde \$20.00.
- **Creación de contenido:** generar contenido variado, creativo, único y personalizado para redes incluye foto, video y calendarización de contenido desde \$450.00 acorde a las necesidades y objetivos de los clientes.

CANALES DIGITALES A UTILIZAR

Se utilizarán Facebook e Instagram en mi marca personal debido a que son las más completas en cuanto a las herramientas y opciones para realizar publicaciones multimedia.

Además, que los rangos de edad de los usuarios de estas redes son variados por los que encajan con los de mis buyer son entre 25-35 años. No utilizaré las otras redes y app debido a que estas redes son las más completas en herramientas, número de usuarios y opciones para desarrollar toda la creatividad ya que se publica contenido multimedia como fotografías, videos, texto, además permite la interacción entre usuarios, de manera dinámica.

- Facebook

Según la página marketing4ecommerce.net Facebook es la app más utilizada convirtiéndose en la número uno de la lista. Es una red cada vez con más multipropósitos y más ligada a los medios masivos de comunicación.

- Es una red con mayor número de seguidores por lo que tiene mayor alcance los rangos de edad de mi público objetivo es de 25-35 años de edad.
- Instagram
- Esta app facilita la conversación directa con los consumidores y ayuda a construir mayor interacción, ya que es una red social más personal, sencilla e intuitiva.
- Es una red muy visual por lo que facilita la comunicación entre creador de contenido, seguidores y marcas.
- Además, que ocupa el tercer lugar en el ranking de las aplicaciones con mayor número de usuarios activos en el mundo. Los rangos de edad de mi público objetivo son de 25-35 años de edad.

DISTINTIVOS DE LA MARCA

Creatividad:

Se optimizarán todos los recursos tecnológicos, humanos y de utilería con el objetivo que sean producciones únicas y personalizadas.

Contenido de valor:

Se creará contenido de valor de forma única, de acuerdo a las metas y necesidades del cliente.

Innovación:

Se tendrá actualización e innovación constata de las nuevas herramientas que desarrollen las apps de redes sociales, también otras herramientas que nutran el contenido.

Estrategias:

se crearán estrategias, de acuerdo a las necesidades, metas y objetivos que el cliente necesite.

OBJETIVOS COMERCIALES

- Crecer mensualmente en redes sociales
- Generar contenido de valor
- Satisfacer al cliente con mi trabajo
- Generar al menos 4 contratos con clientes
- Innovar, capacitarme y generar contenido único

FODA

Fortalezas

- Utilización de herramientas para edición
- Capacitación constante
- Innovación tecnológica y de contenido
- Atención personalizada

Oportunidades

- Auge en el uso de redes sociales
- Innovación y actualización en las herramientas de las redes sociales.
- Capacitación constante, e innovación.
- Ampliación de la cartera de productos y servicios para satisfacer nuevas necesidades de los clientes
- Entrar en nuevos segmentos o mercados

Debilidades

- Falta de personal
- Falta de más herramientas tecnológicas
- Incapacidad de financiar estrategia por falta de recursos
- Poca experiencia en el mercado

Amenazas

- Entrada de nuevos competidores con costos más bajos.
- Crecimiento lento del mercado.
- Elevada competencia en el sector.
- Que el cliente no quede satisfecho con los servicios

BUYER PERSONA

Rosa María Juárez



Datos personales

Edad: 25–35 años
Estado civil: Casada tiene 2 hijos
Profesión: Profesora
Trabajo: Profesora de medio tiempo en un colegio
Ingresos: \$500-\$800 dólares
Donde vive: Casa propia

Sinopsis

Rosa María siempre ha realizado bisutería como segunda opción de fuente de ingresos, sus ventas han disminuido quiere ampliar sus ventas, a través de redes sociales, pero no sabe cómo hacerlo.

Objetivos metas y retos:

Desarrollar su marca en redes sociales.
Obtener seguidores en sus redes, y lograr más ventas.
Diferenciarse de la competencia e incrementar sus ventas

Productos o servicios

- Asesoría de marca
- Curso online para iniciarse en las redes sociales.
- Creación de contenido

Situación actual

Ambiciones:
Ampliar su cartera de clientes.
Aprovechar las nuevas plataformas de comunicación para su negocio.

Impresiones negativas

“Necesito algo rápido”.
“Cualquier sabe de redes sociales no tengo que pagar para eso”

Maria Paula Gutierrez



Datos personales

Edad: 20 – 30 años
Estado civil: Soltera
Profesión: estudiante
Trabajo: emprendedora de cupcakes
Ingresos: \$300-\$500 dólares
Donde vive: con sus padres

Sinopsis

María Paula tiene sus redes sociales de Facebook e Instagram para promover sus productos, pero no genera ventas, sus publicaciones son una vez al mes y no generan interacciones.

Objetivos metas y retos:

- Mantener activas las redes sociales
- Generar ventas e interacciones
- Destacar la calidad del producto

Productos o servicios

- Asesoría de estrategias de marketing
- Elaboración de piezas gráficas
- Toma de fotografías

Situación actual

Ambiciones:

- Generar más ventas
Ampliar su cartera de clientes.
- Promover la calidad de sus productos y generar interacciones

Impresiones negativas

"No puedo tomar fotografías".
"No tengo creatividad".
"No cuento con muchos recursos económicos"

Ana Miriam Gonzales



Datos personales

Edad: 30 – 35 años
Estado civil: casado con 2 hijos
Profesión: contadora Publica
Trabajo: Contadora de una fundación
Ingresos: \$500-\$1000dólares
Donde vive: casa propia

Sinopsis



Ana Miriam Gonzales se dedica a crear amigurumis personalizados y genéricos, pero no genera muchas ventas por ello quiere innovar en redes sociales para ser reconocida y vender sus productos, además de brindar cursos on line para que otras personas aprendan a elaborarlos.

Objetivos metas y retos:



- Desarrollar cursos online pagados para personas interesadas en aprender a crear amigurumis.
- Utilizar las redes sociales para ser reconocida y generar ventas
- Diferenciarse por la calidad y personalización de sus productos

Productos o servicios



- Creación de contenido
- Asesoría de marca
- Asesoría de estrategia de marketing
- elaboración de piezas grafías

Situación actual



Ambiciones:

- Innovar en el area de amigurumis.
- Aprovechar las nuevas plataformas de comunicación para su negocio.
- Ser reconocida por su trabajo.

Impresiones negativas

"No tengo tiempo para estar en un curso".
"No tengo creatividad"
"Necesito algo rápido".

LÍNEAS DE CONTENIDO

- **Contenido de valor:**

Esta línea de contenido ayudará a atraer usuarios por lo que se comunicará y transmitirá de manera creativa el mensaje de mi marca.

- **Contenido sobre servicios:**

Esta línea de contenido ayudara a promover y destacar los servicios que ofrece al público mi marca, Fotografías del antes y después de los procesos.

- **Entretenimiento:**

Esta línea de contenido servirá para interactuar con mis seguidores y mantener contacto con ellos, se publicará artes conmemorativos, días especiales entre otros

- **Educativo:**

Ayudará a los seguidores o clientes potenciales a resolver problemas, dudas y peticiones etc.

SUBTEMAS DE LÍNEAS DE CONTENIDO

SUBTEMA	MARKETING DE CONTENIDO	SERVICIO	FORMATO
EDUCACIÓN: Como tomar fotografías a productos con elementos que tenemos en casa	innovación y creatividad	Campaña	Reel
EDUCACIÓN: Consejo semanal sobre marketing	Tip	Campaña	Post
EDUCACIÓN: Como armar un set con productos accesibles dollar city	Tip	Campaña	Reel
EDUCACIÓN: Que publicar en redes sociales como construir tu marca comercial	Tip	Campaña	Historia
EDUCACIÓN: ¿Publicar todos los días?	Tip	Campaña	Encuesta historia

SUBTEMA	MARKETING DE CONTENIDO	SERVICIO	FORMATO
VENTA: Reseña de servicio realizado a marca de amigurumi fotos y videos antes y después	Innovación y creatividad	Venta	Reel
VENTA: Infografías sobre los servicios que ofrece la marca	Venta y beneficios de contratar mi marca	Venta	Post
VENTA: Reseña de servicio realizado a marca de bisutería fotos y videos antes y después	Innovación y creatividad	Venta y campaña	Reel

VENTA: Reel de procesos de fotografías, videos.	Venta y beneficios de contratar mi marca	Venta y campaña	Reel
VENTA: Post de beneficios al contratar mi marca	Venta y beneficios de contratar mi marca	Venta y campaña	Post

SUBTEMA	MARKETING DE CONTENIDO	SERVICIO	FORMATO
Entretenimiento Historia explicando que no deben de tomar fotos comunes	Servicios que ofrece mi maca	Venta	Historia
Entretenimiento como crear un plan de marketing	Beneficios de contratar mi marca	Promociones	Post
Entretenimiento Tip de creación de catalogo	Tip	Venta	Post
Entretenimiento Titulo vendedores	Beneficios de contratar mi marca	Campaña	Reel
Entretenimiento Beneficios de hacer videomarketing	Servicios que ofrece mi maca	Promociones	Reel

SUBTEMA	MARKETING DE CONTENIDO	SERVICIO	formato
Contenido de valor Que es un nicho de mercado	Servicios que ofrece mi maca	Venta	Historia
Contenido de valor Marketing lo que debes saber	Beneficios de contratar mi marca	Promociones	Post
Contenido de valor Selecciona tus fechas con estrategia	Beneficios de contratar mi marca	Campaña	Reel
Contenido de valor Titulo vendedores	Beneficios de contratar mi marca	Venta	Historia

Contenido de Valor Beneficios de hacer videomarketing	Beneficios de contratar mi marca	Campaña	historia
---	----------------------------------	---------	----------

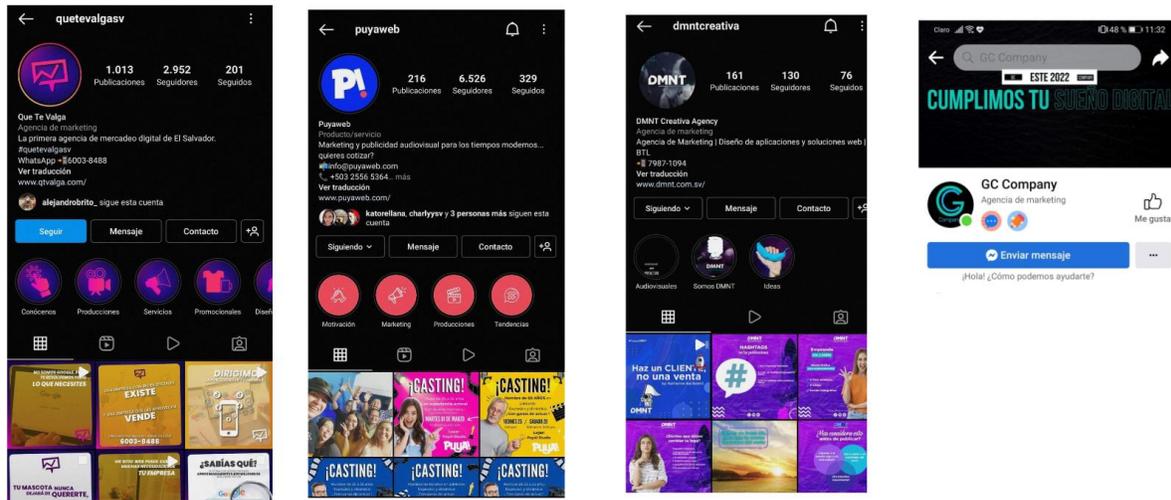
KIP'S

OBJETIVO GENERAL	KIP's
Ser una marca reconocida y posicionada principalmente a nivel central, luego a nivel nacional por la calidad en el trabajo, la creatividad y el ingenio.	Aumento de comunidad online – cantidad de de nuevos seguidores en las redes sociales. Mejorar el engagement – número de de acciones que general interacciones de los seguidores con la marca: comentarios, “me gusta”, menciones, etc
Ampliar y promover mis servicios, cartera de clientes, herramientas y tener más personal.	Exposición del producto – mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública. Fidelización de comunidad – cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.
Aumentar el nivel de interacciones, mediante la actualización en el mundo digital constantemente, crear mejores estrategias de marketing,	Mejorar el engagement – número de de acciones que general interacciones de los seguidores con la marca: comentarios, “me gusta”, menciones, etc Fidelización de comunidad – cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.
OBJETOS ESPECIFICOS	KIP's
Innovar constantemente en herramientas y contenido.	Exposición del producto – mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública.
Ampliar la cobertura y zona geográfica para que sea reconocida a nivel nacional.	Mejorar el engagement – número de de acciones que general interacciones de los seguidores con la marca: comentarios, “me gusta”, menciones, etc

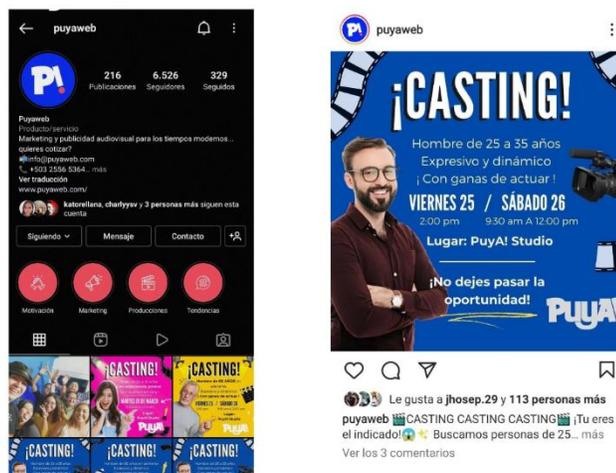
<p>Ser constante en la publicación de contenido sobre mis servicios, tips etc. en mis redes sociales</p>	<p>Exposición del producto – mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública. Fidelización de comunidad – cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.</p>
<p>OBJETOS ESPECIFICOS</p>	<p>KIP's</p>
<p>Crear contenido de valor para que los seguidores vean la calidad de mi trabajo.</p>	<p>Mejorar el engagement – número de de acciones que general interacciones de los seguidores con la marca: comentarios, “me gusta”, menciones, etc Exposición del producto – mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública.</p>
<p>Utilizar diversas herramientas que ayuden a hacer mi contenido más dinámico.</p>	<p>Fidelización de comunidad – cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación. Mejorar el engagement – número de de acciones que general interacciones de los seguidores con la marca: comentarios, “me gusta”, menciones, etc</p>
<p>Innovar y actualizarme constantemente en el mundo digital y herramientas digitales</p>	<p>Exposición del producto – mensajes privados y consultas sobre los servicios de forma privada o pública. Fidelización de comunidad – cantidad de usuarios participado en dinámicas o publicaciones que generen conversación.</p>

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para realizar este análisis se retomaron 5 empresas dedicadas a la creación de contenido y marketing digital



Puya web



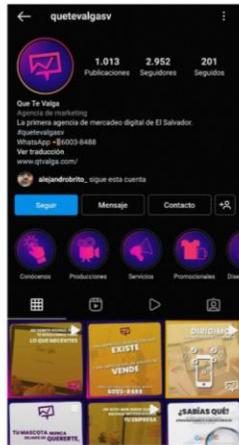
- Tiene Facebook e Instagram, pero posee más seguidores en Instagram.
- La Publicación con más likes es acerca de un casting para hombres
- Publica cada 2-6 días
- Realiza publicaciones de: Tips de marca Motivación Producciones

DMNT



- Tiene Facebook e Instagram
- no alimentan sus redes sociales desde hace 15 días
- La Publicación con más likes es acerca de los servicios que ofrece en estructuras sobre aceras
- Publica cada 15- 25 días Realiza publicaciones de: Creacion de contenido

Que te valga sv



- Tiene Facebook e Instagram
- Tienen más seguidores en Instagram
- La Publicación con más likes es acerca de tips de contenido
- Publica cada 2 días Realiza publicaciones de: Creación de contenido

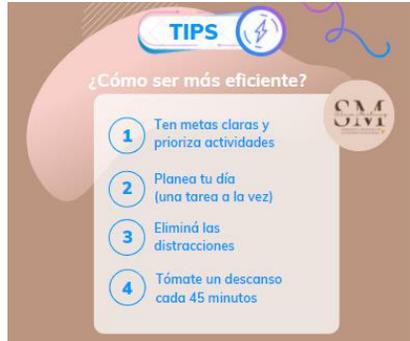
GC Company



- Tiene Facebook e Instagram
- Tienen más seguidores en instagram

- La Publicación con más likes es acerca de feliz año 2022 motivacional
- Publica cada 15 días
- Realiza publicaciones de: Redes sociales Marketing
- La competencia de mi marca descuida las redes sociales y tienen más seguidores en Instagram además posee pocas interacciones la mayoría de publicaciones son sobre tips de marketing y sobre los servicios que ofrecen. además, las publicaciones con más likes o me encanta son las que muestran los servicios que ofrecen.

CALENDARIO DE CONTENIDO FACEBOOK

Calendario semanal de facebook						
Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gáficas	
LUNES	02:00 p.m.	Post de como ser más eficiente	Contenido de valor	Debes organizar muy bien el tiempo	Post	
	8:00 PM	Post motivacional	Interaccion entretenimiento	¡Tomar descansos durante el día puede ayudar a mantenerte energizada!	Post	

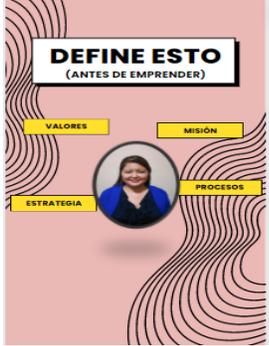
MARTES	8:00 AM	Historia	Contenido de valor	Hoy te comparto algunas ideas creativas para que puedas mantener tu marca innovadora y recuerda tienes que ser siempre creativo y constante	Historia	
	1:00 PM	Post sobre marketing	Contenido de valor	Antes de crear tu estrategia de marketing es necesario conocer quien es tu competencia, y buscar siempre inspiración para tu marca	Post	

MIERCOLES	9:00 AM	Historia	Contenido de valor	Para crear contenido no hay fecha ni hora pero es importante que cuando las ideas fluyan las puedas anotar para	Historia	 <p>TIPS PARA DARLE VIDA a tus Ideas <small>SM GIVE</small></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica una buena idea tan pronto llegue a tu mente. • Haz una lista • Premia tus esfuerzos
	6:00 PM	Historia motivacional	interaccion-entreteneimiento	Naciste para cumplir tus sueños no para cumplir horarios	Historia	 <p><small>SM GIVE</small></p> <p>Naciste para cumplir tus sueños no para cumplir horarios.</p>

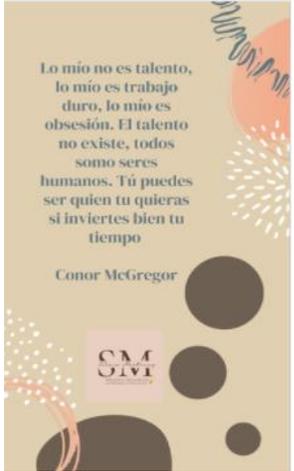
JUEVES	1:00 PM	Post acerca de elementos importantes para crear el marketing de contenido	contenido de valor	Pon atención a estos tips ya que te serviran a la hora de crear tu plan de marketin	Post	
	4:00 PM	Post de frase	Interaccion-entreteneimiento	Es importante que planifiques y organices tus actividades e ideas, pero no te compares con la competencia tú y tu marca son únicas	Post	
VIERNES	8:00 AM	Post a cerca de cualidades antes de emprender	Contenido de valor	Felicitaciones ya tomaste la decision de emprender hoy viene otraetapa que ayudara a tú marca a crecer en seguidores, la etapa de creatividad y estrategia por ello te comparto unos tips que es importante tomes en cuenta	Post	
	5:00 PM	Post de tip acerca de productividad	Contenido de valor	Ya sabes como organizar tu tiempo, debes definir metas a corto y largo plazo	Post	

SÁBADO	2:00 PM	Historia a cerca del plan de marketing estratégico y operativo	Contenido de valor	¿ya conocías las diferencias entre marketing estratégico y operativo? Dejame saberlo en los comentarios	Historia	 <p>Plan de marketing estratégico</p> <p>Está relacionado con el análisis de tu startup, los recursos de los que dispones y los objetivos que quieres alcanzar.</p> <p>Plan de marketing operativo</p> <p>Este se refiere a la puesta en marcha de las estrategias y acciones definidas en el plan estratégico.</p> <p>CM GIVI</p>
	4:00 PM	Historia sobre las métricas	Contenido de valor	Sabes que son las métricas y la importancia que tienen en tus redes sociales	Historia	 <p>¿SABES QUE SON LAS MÉTRICAS EN TUS REDES SOCIALES?</p> <p>Las métricas son necesarias para mejorar cualquier empresa.</p> <p>Consultar la sección de estadísticas es necesario para crecer sino, ¿cómo sabrías qué mejorar?, ¿qué funciona bien?, ¿qué llama la atención de los prospectos?, ¿que les interesa a los prospectos?, etc.</p> <p>CM GIVI</p>
DOMINGO	02:00 p.m.	Post sobre las asesorías que brinda mi marca	Interacción	Como marca me gusta que el cliente quede satisfecho con todos los servicios de marketing y contenido digital que ofrezco es por ello que se dan asesorías de manera presencial y virtual	Post	 <p>CM GIVI</p> <p>silviomartinezv</p> <p>asesora de marketing personal asesora de marketing digital asesora de marketing precio asesora de marketing contactar</p>

LUNES	08:00 a.m.	Historia de concepto de marketing de contenido	Contenido de valor	Es importante que conozcas algunos terminos que ayudaran a el crecimiento de tú marca dejame en los comentarios que otro concepto has escuchado	Historia	
	6:00 PM	Reel sobre el proceso y resultado de fotografías y videos	Interacción	Las fotos y videos de tu producto son importantes hoy temuestro como esto puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escíbeme estoy para ayudarte	Reel	
MARTES	9:00 AM	Historia sobre los se	Interacción y contenido de valor	Las fotografías en buena resolución, con encuadres y angulos que favorezcan a tu empresa o producto son de suma importancia ya conoces nuestra clidad en servicio puedes dejarme un DM	Historia	
	3:00 PM	Historia sobre estrategias digital para emprendedores	Contenido de valor	Presta atencion a los siguientes tips que te presentaré ya que ayudaran a fortalecer tucer tu marca	Historia	

<p>MIERCOLES</p>	<p>10:00 AM</p>	<p>Reel sobre el proceso y resultado de fotografías y videos</p>	<p>interacción</p>	<p>Hoy te presento una muestra de mi trabajo, y como este puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿ y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escíbeme estoy para ayudarte</p>	<p>Reel</p> 
	<p>1:00 PM</p>	<p>Post sobre el contenido que les gustaria ver a mis seguidores en fb</p>	<p>Interaccion</p>	<p>Que tipo de contenido te gustaria ver</p>	<p>Historia</p> 
<p>JUEVES</p>	<p>4:00 PM</p>	<p>Historia sobre tips antes de emprender</p>	<p>Contenido de valor</p>	<p>Historia acerca de tips para emprender</p>	<p>Historia</p> 

VIERNES	2:00 PM	Post sobre lo que si quieres y lo que necesitas saber	tips interacción	Para potenciar tu marca debes trabajar a diario ser contante y no perder la escencia de tu marca, para ello te comparto unos tips espero te sirvan y los pongas en práctica	Post	
	4:00 PM	Post sobre tip de creacion de catálogo	Contenido de valor	Es importante que tengas claridad en las cualidades de tu marca, lo que la hace unica, el concepto, los colores entre otros aspectos ¿tienes dudas? Puedes dejarme un DM	Post	
SÁBADO	11:00 AM	Historia para motiva	Entretenimiento	Sé una persona bonita, bonita queriendo, bonita ayudando, bonita luchando, para que la gente y el mundo siga creyendo que existe la gente buena, sé una persona bonita del alma	Historia	

DOMINGO	10:00AM	Historia de frase motivacional	Interaccion	Debes fijar metas y cumplirlas o superarlas	Historia	 <p>Lo mio no es talento, lo mio es trabajo duro, lo mio es obsesión. El talento no existe, todos somos seres humanos. Tú puedes ser quien tu quieras si inviertes bien tu tiempo</p> <p>Conor McGregor</p> <p>SM GIVI</p>
	02:00 p.m.	Reel sobre el resultado de trabajo realizado a emprendedora de aigurumi	Interacción	Las fotos y videos de tu producto son importantes, hoy temuestro como esto puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿ y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escribeme estoy para ayudarte	Reel	
LUNES	8:00 PM	Post de frase motiva	Interacción	No olvides estas recomendaciones diarias para comenzar tu dia	Post	 <p>NO OLVIDAR</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Querirme <input checked="" type="checkbox"/> Cuidarme <input checked="" type="checkbox"/> Concentrarme <input checked="" type="checkbox"/> Valorarme <p>SM GIVI</p>

CALENDARIO DE CONTENIDO INSTAGRAM

Calendario semanal de instagram					
Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gáficas
LUNES	8:00am	Historia motivar el dia	Entretenimiento	Sé una persona bonita, bonita queriendo, bonita ayudando, bonita luchando, para que la gente y el mundo siga creyendo que existe la gente buena, sé una persona bonita del alma	Historia 
	8:00 PM	Tren de historias sobre tip para fotografia de emprendimiento	Contenido de valor	Tip: Elige un fondo que complemente a tus productos. Juega con los ángulos y la composición.	Tren de historias 
MARTES	09:00 a.m.	Reel sobre el proceso y resultado de fotografías y videos	interacción	Hoy te presento una muestra de mi trabajo, y como este puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escíbeme estoy para ayudarte	Reel 
	6:00 PM	Post sobre tips para tener activa tu marca	Interacción	Ideas creativas para mantener tu marca siempre innovadora: *Interactuar con otras marcas, haz encuestas con tu audiencia. usa de buen humor y hacer concursos.	Post 

MIERCOLES	02:00 p.m.	Historia sobre el inicio de mi marca	Servicios	Mi marca nace porque me apasiona el mundo audiovisual, actualmente las redes sociales han cobrado mucha fuerza y pues la combinación de ambas herramientas y la suma de estrategias de marketing serán de mucha importancia para potenciar tu negocio	Historia 
	6:00 PM	Historia sobre los servicios que ofrezco	Servicios	Asesoría de marca Asesoría de estrategias de marketing Toma de fotografías: Elaboración de piezas graficas Creación de contenido	Historia 
JUEVES	10:00 AM	Post motivacional	interaccion	Comenta cual a sido el mejor halago que te han hecho por tus servicios, productos o atencion al cliente	Post 
	4:00 PM	Post sobre servicios que se brinda a emprendedora en bisuteria y tips	Contenido de valor	Este es el resultado del trabajo realizado a una emprendedora en bisutería, además te compartimos tips para que tomes en cuenta cuando tomes fotografías de tus productos: Se natural. Experimenta con la configuración de macro. Muestra más, no menos	Post 
VIERNES	8:00 AM	Post sobre tips para darle vida a tus ideas	Interaccion	Tips para darle vida a tus ideas como recomendación personal teaconsejo que realices diversas actividades que te gusten a diario.	Post 
	5:00 PM	Post de marketing	contenido de valor	El éxito de tu negocio esta en la creacion de una correcta y adecuada campaña de marketing, para ello te comparto unos tips.	Post 

LUNES	8:00 AM	Historia para motivar el día	Entretenimiento	Sé una persona bonita, bonita queriendo, bonita ayudando, bonita luchando, para que la gente y el mundo siga creyendo que existe la gente buena, sé una persona bonita del alma	Historia 
	6:00 PM	Post motivacional	Interacción	¡Eres increíble y conquistarás todo lo que quieras! Confía más en ti	Post 
MARTES	3:00 PM	Reel sobre el resultado de trabajo realizado a emprendedora de aigurumi	interacción	Las fotos y videos de tu producto son importantes, hoy temuestro como esto puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿ y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escíbeme estoy para ayudarte	Reel 
MIÉRCOLES	10:00 AM	Post de frase motivacional	Interacción	No olvides estas recomendaciones diarias para comenzar tu día	Post 
	1:00 PM	Reel beneficios de hacer videomarketing	Contenido de valor	Te comparto estos tips pon mucha atención y ponlos en práctica	
VIERNES	2:00 PM	Reel sobre el proceso y resultado de fotografías y videos	interacción	Las fotos y videos de tu producto son importantes hoy temuestro como esto puede ayudarte en tu negocio o emprendimiento ¿ y tú que esperas para tener contenido de calidad en tu negocio? Escíbeme estoy para ayudarte	Reel 

REFERENCIAS

- 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>
- 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/website/descripcion-de-una-empresaejemplos>