

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



TÍTULO:
“ESTRATEGIA DE MARCA KAIRÓS EVENT PLANNERS”

PRESENTADO POR:
WALDO STIVE MANGANDI BRUNO

CARNÉ:
(MB14038)

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:
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 21 DE OCTUBRE DEL 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

RECTOR

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

DECANO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

VICEDECANA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Índice

Resumen.....	II
Introducción.....	III
Situación actual de la marca y KPI's.....	4
Objetivos de la marca.....	5
Descripción de la marca.....	6
Foda.....	7
Redes sociales de la marca.....	8
Análisis de la competencia.....	9
Buyer persona.....	12
Canales digitales y líneas de contenido.....	14
Calendario de contenido.....	16
Referencias bibliográficas.....	22

RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en dar a conocer todos los conocimientos que se obtuvieron en el curso. Esta estrategia se hizo para ofrecer servicios o productos dependiendo de la experiencia tanto laboral como profesional, y poder brindar la oportunidad de mostrar a los clientes potenciales habilidades y fortalezas que la competencia no posee. En este informe se muestra paso a paso cómo crear una estrategia de marca desde su logo hasta un calendario de contenido. Al realizar estos pasos se obtiene como resultado que la marca obtenga el posicionamiento deseado dentro de un mercado específico hasta poder convertirse en un referente en las redes sociales.

Palabras clave:

Marca; Marketing Digital; Redes Sociales; Plan de Marketing Digital; SEO; Posicionamiento; engagement; Contenido.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el 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.

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

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.

El presente trabajo tiene como finalidad presentar la estrategia de marca “Kairós Event Planners”, en cual ofrece servicios de planeación de fiestas y eventos de todo tipo, decoración, alimentación, fotografía y video, entre otros agregados para tener la fiesta o evento soñado. Por lo cual, busca el posicionamiento de la marca, fidelización de clientes, engagement, y venta.

Se recalca que este trabajo no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre todos los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización. Por lo tanto, este trabajo no presenta capítulos sino que pasos a seguir para crear un plan de marketing.

Por ello, el resultado final de este trabajo es la propuesta de un calendario de contenido para las redes sociales de la marca personal, en el cual muestra la planificación y organización de los diferentes contenidos que se pueden realizar en los medios sociales.

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 Kairós Event Planners surge con la idea de que el cliente se despreocupe por la planeación de su evento o fiesta soñada, ayudándole hasta en los más mínimos detalles, escuchar lo que sueña y ayudarle a hacerlo realidad.

Además, por la falta de oportunidad laboral en el país han llevado a emprender y dar a conocer digitalmente con los 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 y que cada cliente pueda quedar satisfecho para poder seguir recomendando los servicios.

Por eso, por cada evento realizado se tomarán una serie de fotos de detalles y videos para generar clientes potenciales en las redes sociales y hacer las publicaciones llamativas y dar una buena impresión a primera vista.

Logos de la marca:



OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

- Ser una empresa de emprendimiento que sea factible para las personas que necesiten ayuda en la planeación, organización y decoración de sus eventos.
- Ofrecer a los clientes servicios de calidad y llamativos, mostrando la variedad, creatividad, estilos y profesionalismo en lo que ellos necesiten.

Objetivos específicos:

- Aumentar el potencial en nuevas redes sociales y la actual para llegar a más.
- Tener un buen manejo de atención al cliente en el que se pueda interactuar fácilmente para que el cliente esté satisfecho.
- Aprender nuevas técnicas y estar al tanto de la moda en fiestas y decoraciones para siempre ofrecer lo mejor.
- Apuntar siempre a crecer para poder generar empleos a otros emprendedores con servicios que encajen con los nuestros.

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.

- Aumento en número de seguidores.
- 50% de visitas orgánicas.
- 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.
- Segmentación de mi público ideal por medio de métricas.
- Obtener mensajes privados de usuarios interesados en los servicios de la marca.
- aumento de likes y comentarios en las publicaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

La descripción de una marca, emprendimiento o empresa es la forma de comunicar los productos y servicios que se ofrece, y se debe transmitir la razón por la cual ofrecemos ese servicio o producto.

Actualmente Kairós Event Planners ofrece todo tipo de decoraciones para fiestas hasta la planeación de ellas, sean bodas, cumpleaños, graduaciones, eventos especiales, etc.

Ofrece a la vez servicios fotográficos y de video.

También se realiza todo tipo de regalos para cumpleaños o cualquier ocasión especial que se solicite para sorprender a la persona especial. Se incluye la entrega a domicilio en la ciudad de Quezaltepeque y ciudades aledañas. Cuando hay pedidos de arreglos, regalos y contrataciones de decoraciones fuera de la zona se sube un poco los costos por el transporte.

Los servicios que se ofrecen son:

1. Planeación y decoración de fiestas y eventos: Con decoraciones de fiestas (Torres de globos, pérgolas, etc).
2. Banquetes: En banquetes cobramos por persona, dependiendo el menú, si quieren incluir postres o bebidas. (Esto incluye cristalería, vajillas, tipos de sillas, mantelería, etc). También se ofrece pasteles, mesas de candy bar, complementos salados o dulces.
3. Paquetes de fotografía y video: Se muestran diferentes paquetes que van aumentando en servicios y el material que se entrega.
4. Arreglos florales y bouquets de globos: Se ofrece variedad de bouquets de globos y arreglos florales según lo que el cliente escoja o con base a su presupuesto.
5. Cajas de golosinas: Regalo fuera de lo común, con golosinas, dulces, un par de bebidas y globos.
6. Globoflexia: Decoración o figuras con globos.

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">• Creatividad en crear lo que el cliente pide.• Buen rango de precios accesibles.• Amigos y clientes que recomiendan.	<ul style="list-style-type: none">• Facilitarles a los clientes el producto y evitarles que se estresen al planear.• Redes sociales a las que se debe sacar provecho.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Inversiones.• No se cuenta con un local.• Tiempo para administrar de mejor manera las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">• Las competencias cuentan con mayores productos y variedad, incluyendo local.• Gente estafadora.• Precios de la competencia.

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.

Actualmente se empieza a dar a conocer con la página en Facebook ya que antes se ofrecían los servicios en los perfiles personales, a medida que vaya incrementando se optará por nuevas redes sociales.

Se ha empezado en Facebook porque sus funciones permiten distribuir y promocionar el contenido y aumentar la visibilidad de la marca.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Este apartado consiste en analizar las estrategias, fortalezas y debilidades de aquellas empresas que trabajan en el mismo sector del mercado al que pertenece un negocio.

Por lo tanto, hacer este análisis le permitirá a la marca comprender sus fortalezas y debilidades en comparación con las demás competencias y poder mejorar la estrategia, superar a la competencia en las áreas de atención e interacción con el público.

En la siguiente tabla se puede observar las competencias y las redes sociales con las que cuentan:

Nombre de la competencia	Facebook	Twitter	Instagram	Página web
RUMBA	✓	X	X	X
Varé Eventos	✓	X	✓	X

RUMBA

Rumba es un negocio que además de ofrecer arreglos y decoraciones también son distribuidores, venden globos, y todo tipo de material para realizar decoraciones en fiestas.

También cuentan con servicio de sublimación para camisetas tazas, lapiceros, gorras, etc.

-En sus publicaciones generalmente colocan sus trabajos y la frase "Cotiza tus decoraciones..." y el número de teléfono. No ponen precio.

-Publican casi todos los días.

-Algunas veces obtienen más de 15 likes en ellas.

 **RUMBA** 2 d • 🌐

Decoración con tematica de panda 🥰❤️🐼
🐼❤️❤️

Cotiza tus decoraciones y arreglos favoritos por medio de nuestro Whatsapp 76855... Ver más



❤️👍 17

[WhatsApp](#)
+503 7685 5981

 **RUMBA** 1 d • 🌐

Cotiza tus decoraciones y arreglos favoritos por medio de nuestro Whatsapp 76855981 ❤️🎉



👍❤️🥰 3

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Varé eventos

Varé eventos se basa más en decoraciones completas y ofrecen servicios de organización y logística de fiestas, aunque también hacen bouquets de globos y arreglos florales.

-Al igual que en Rumba publican fotos de sus creaciones y decoraciones en fiestas.

-No colocan precios.

-Obtienen entre 6 y 17 likes.

-Tienen alianzas con negocios relacionados a fiestas, banquetes, sonido y luces.



BUYERS PERSONA

El buyer persona es un arquetipo de cliente ideal de un servicio o producto.

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 1



KEVIN LÓPEZ

DATOS PERSONALES

- Nombre: Kevin Alexander López
- Edad: 27 años
- Ingresos: 600 dólares mensuales
- Reside::Quezaltepeque, La Libertad

Kevin es una persona introvertida pero con un gran corazón hacia las personas que se han ganado su cariño y amistad, él suele ser muy detallista para eventos especiales de sus amigos y siempre termina sorprendiéndolos. A pesar que su círculo de amigos es cerrado, se siente feliz y cómodo con eso, pues siente que está completo con ellos y su familia.

CARACTERÍSTICAS

- Cariñoso
- Emotivo
- Integro
- Sincero

INTERESES

- Le interesa la flora y vegetación
- Escucha mucha música Rock-pop
- Fan de los pequeños detalles

TEMORES

- Perder a sus mejores amigos
- Que le roben
- Que no valoren sus esfuerzos
- Que sus suculentas mueran
- Que su guitarra se arruine

RETOS

- Ser más social
- Ser un buen guitarrista
- Graduarse de la universidad
- Ser más creativo para impresionar a sus amigos con sus regalos y detalles

HÁBITOS

- Practicar constantemente en la guitarra
- Escuchar música con audífonos
- Ver videos de diseño gráfico
- Coleccionar cactus y suculentas
- Comprar en línea

DATOS PERSONALES

- Nombre: Daniel Alejandro Díaz
- Edad: 28 años
- Ingresos: 500 dólares mensuales
- Reside::Apopa, San Salvador

Danny es una persona que es sociable con la gente pero eso no quiere decir que todos se convierten en sus amigos ya que tiene un modo muy peculiar como de un niño y eso a algunas personas no les agrada pero las que lo aceptan así se vuelven sus amigos y él les tiene un gran aprecio y se los demuestra cada vez que puede.

CARACTERÍSTICAS

- Cariñoso
- Social
- Amigable
- fiel

Buyer 2



INTERESES

- La fotografía
- Escucha mucha música italiana
- Fan de Marvel

TEMORES

- Perder a su mascota
- Quedarse sin carga en su celular
- No estar con compañía

RETOS

- Ser más prudente
- Ser un buen fotógrafo
- Comprarse una computadora potente para diseñar

DANNY **DÍAZ**



HÁBITOS

- Buscar ofertas en línea
- Tomar fotos
- Crear diseños en su computadora
- Celebrar con sus amigos

DATOS PERSONALES

- Nombre: Diana Osiris Barahona
- Edad: 23 años
- Ingresos: 360 dólares mensuales
- Reside: Quezaltepeque, La Libertad

Diana es una señorita muy amigable y sonriente, siempre busca ayudar a quienes necesiten de su ayuda, ella tiene muchas amistades y aunque a veces no tiene algo que regalarle a sus amigos, ella busca ayudar en la organización de las fiestas sorpresas de sus amigos.

Siempre dice lo que piensa, no se queda con las inquietudes.

CARACTERÍSTICAS

- Amable
- Alegre
- Atenta
- cariñosa

Buyer 3



INTERESES

- Películas románticas
- Los perritos
- Hacer manualidades

TEMORES

- Perder a sus amigos
- Perderse en un lugar extraño
- Separarse de su familia
- Mudarse de ciudad

RETOS

- Retomar sus estudios
- Graduarse y obtener un mejor trabajo
- Poder dar más de ella a los demás.

DIANA **BARAHONA**



HÁBITOS

- Ver reel en Instagram
- Ver videos de ideas en 5 minutos
- Escuchar música
- Trabajar duro por sus sueños
- Interactuar con sus amigos en las redes sociales

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 se desea vender al público objetivo.

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

Es por ello que 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.



Esta es la red social que hemos optado por utilizar para dar a conocer nuestro negocio.

Facebook nos ofrece diferentes formatos para mostrar nuestros productos, como por ejemplo pautar o generar anuncios, crear una tienda con precios de los productos, poder subir videos de los trabajos hechos, agregar botones de comunicación directa a Whatsapp, llamadas o mensajes a la página.

Las líneas de contenido son las siguientes:

- Contenido de branding (marca, servicios, horarios de atención y demás).

Mostrar quiénes somos, todo lo que podemos hacer, ofrecer asesorías de planeación, presupuestos con base a lugar y los servicios solicitados, formas de pago y todo lo relacionado al servicio.

- Video de contenido o branding.

Realizar videos editados de las decoraciones, regalos, arreglos y servicios ofrecidos a los clientes. -También videos de la realización y proceso de productos o decoraciones ya que resultan llamativos a las personas.

- Fotografías del antes y después de los procesos.

Cuando las personas ven el antes y después de ser decorado el lugar se puede demostrar las transformaciones de las que se es capaz de hacer con nuestra creatividad no importando el lugar y el espacio y al mostrar los procesos llama la atención de las personas y crea un interés.

- Contenido que resuelva problemas, dudas, peticiones.

Generalmente las personas buscan ayuda para la organización de sus fiestas o días especiales, por ello se ofrece el mejor servicio para no preocuparse.

También se asesora a escoger lo mejor según el plan del cliente.

Se trata lo mayormente posible que el cliente pida, eso se realiza.

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
- Ht: Hashtag, se publica la combinación de una frase o palabra en la cual se transforma en un enlace que lleva a una página con otras publicaciones relacionadas al mismo tema.
- Copy: Es el texto que se usará con el objetivo de comunicar lo que una marca quiere trasladar a su público objetivo. Es necesario recalcar que se utiliza call to action y emojis.
- Pieza gráfica: Es la composición visual de diseño que se realiza dependiendo del formato.

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

Calendarización Kairós Event Planners (Facebook).

Fecha y hora	Formato		Línea de contenido	Copy	Pieza Gráfica
	Post	Story			
1/10/2021 7:00 p.m.	X		Venta	<p>¿Qué prefieres? ¿Rosas y globos o comida? ¿Y si lo combinamos?</p> <p>Nosotros también amamos la comida! Y puede ser un detalle para regalar también.</p> <p>Muchas veces no solo son los detalles, EL ESTÓMAGO SE ENAMORA TAMBIÉN.</p> <p>😊😋 #regalo #comida #globos #sorpresa</p>	
2/10/2021 12:00m.d.	X	X	Contenido de valor	<p>¿Vainilla o chocolate?</p> <p>¿Sabías que generalmente los sabores de la torta de un pastel se eligen entre vainilla o chocolate?</p> <p>Dependiendo del relleno o remojo puedes resaltar el sabor del chocolate o puedes crear sabores exóticos con la vainilla.</p> <p>¿A cuál le vas? ¿Vainilla o chocolate? #Pateles #chocolate #vainilla #fiesta</p>	
3/10/2021 3:00 p.m.	X	X	Venta	<p>¡Box flowers hasta la puerta de tu casa! Que te sorprendan en un momento inesperado es de las mejores sensaciones; el 80% las parejas de novios coinciden en que los mejores detalles son aquellos que te sorprenden en momentos inesperados cómo recibirlo hasta la puerta de tu casa. ¡Pídelos aquí! #boxflower #regalo #sorpresa</p>	

<p>4/10/2021 8:00 a.m.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Branding</p>	<p>Organizar una fiesta, no es trabajo fácil. En todas las fiestas se necesita alguien con cabeza fría y paciencia para organizar cada detalle y por supuesto, que todo salga perfecto. ¡NOSOTROS LO HACEMOS POR TI! Organizamos tus eventos y nos encargamos hasta del último detalle. Escríbenos! 👉😊 #celebracion #fiesta #decoracion</p>	
<p>5/10/2021 8:00 a.m.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Branding</p>	<p>¿Tierra o mar? Pollo, carne o mariscos son algunas de las opciones de los banquetes para eventos o fiestas, pero, ¿Cómo elegir el banquete adecuado para tu evento? 1- Visualiza la seriedad de tu fiesta. 2- Analiza los invitados que asistirán. 3- No pierdas de vista como lo soñaste. Tenemos una gran variedad de banquetes que presentar en tus eventos. Nosotros hacemos realidad tus sueños. #Fiesta #banquete #comida #celebracion</p>	
<p>6/10/2021 8:00 a.m.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Venta</p>	<p>¡Tienes muchas opciones para sorprender a esa persona! ¿Qué te parece un arreglo de globos con flores? Los detalles son importantes para esas personas que amamos por eso te presentamos de las mejores opciones o las hacemos a tu gusto. Escríbenos! 🌸❤️😊 #flores #globos #sorpresa #regalo</p>	

7/10/2021 8:00 a.m.	X		Contenido de valor	<p>¡Claro que el relleno importa! ¿Sabías qué existe una gran variedad de rellenos para tus pasteles? Cada vez conocemos nuevos rellenos que nos endulzan la vida y por supuesto es adictivo a nuestro paladar, entre ellos: chocolate con café, leche con chocolate, crema pastelera con fruta, caramelo con chispas de Chocolate, dulce de leche y más! #pastel #chocolate #dulce #fiesta</p>	
8/10/2021 7:00 p.m.	X	X	Venta	<p>¿Se te dificulta expresarte? No te preocupes, nosotros lo arreglamos por ti! ¿Sabías qué a muchas personas se les dificulta expresarse y ser detallista? Acá tienes una opción de cómo puedes expresarte y demostrar tu amor. Pídelos con domicilio incluido! #detalle #amor #regalo #delivery</p>	
9/10/2021 12:00 m.d.	X	X	Contenido de valor	<p>¿Negro o blanco? Hay un conflicto que hasta la fecha no ha sido resuelto, ¿Cuál es mejor, chocolate blanco o chocolate negro? La mayoría de las personas aman el chocolate, además de ser algo delicioso, regalar un chocolate es mágico y según los estudios se recuerda hasta por 15 años. #Chocolate #chocolateblanco #regalo #detalle</p>	

10/10/2021 3:00 p.m.	X		Venta	<p>Un aro de globos orgánico como opción para decorar tu fiesta! Te mostramos el proceso de armado y el resultado final. Lo hacemos a tu gusto e imaginación! Cotiza con nosotros! #Fiesta #decoracion #globos #flores</p>	 <p>Aro de globos orgánico 🥰</p>
11/10/2021 8:00 a.m.	X	X	Branding	<p>¡QUE RECUERDEN TU FIESTA A LO MÁXIMO! Las decoraciones de las fiestas son importantes tanto como la comida; es importante elegir colores que resalten y concuerden con la temática que elijas, además de escoger el espacio adecuando para que la decoración sea un éxito. Nosotros hacemos realidad tus sueños. 🍷🌸🥰 #decoracion #fiesta #banquete #comida #globos</p>	 <p>SORPRENDE QUE TU FIESTA SEA UN BUEN RECUERDO Cotiza con nosotros el plan todo incluido KAIROS</p>
12/10/2021 8:00 a.m.		X	Branding	<p>Story de encuesta: ¿Qué prefieres de regalo, flores o chocolates?</p>	 <p>¿Qué prefieres de regalo? ¿FLORES o CHOCOLATES? AMO LAS FLORES AMO CHOCOLATES</p>
13/10/2021 8:00 a.m.	X	X	Venta	<p>Por muy pequeña que sea tu celebración, los pequeños detalles cuentan. ¡Promoción del mes! Mini arreglos de flores con globito a \$5 de 6 en adelante! Pide los tuyos con anticipo para tu evento! #arreglos #flores #detalles #fiesta #celebracion</p>	 <p>promo ¡oferta del mes! mini arreglos \$5 de 6 en adelante</p>

14/10/2021 8:00 a.m.	X		Contenido de valor	<p>¿Toppin, crema chantillí, turrón o fondan? Para elegir la decoración de tu pasteles es importante hacer una buena elección del material con el que quieres tu pastel por ejemplo hay ciertas decoraciones que es imposible sacarlas con toppin y con fondan son muy fáciles.</p> <p>Debes tener muy claro que el sabor de cada uno de ellos es único y el resultado en las decoraciones también. #pasteles #dulce #fondan</p>	
15/10/2021 7:00 p.m.	X	X	Venta	<p>¿Buscando vestido de novia, velo o tocados de cabello? ¡Nosotros te ayudamos con eso!</p> <p>Escríbemos para agendar cita y ayudarte con el día soñado. #celebracion #boda #vestidodenovia #velo #wedding</p>	

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>

Melo, A. (2019, agosto 8).Cuál es la importancia de las redes sociales para una empresa.

marketing. <https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa>

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

<https://rockcontent.com/es/blog/marketingdigital/#:~:text=El%20Marketing%20Digital%20C%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>