

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



**TÍTULO:  
ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA  
PERSONAL: “MANUEL ESCOBAR – COMMUNITY MANAGER”.**

**PRESENTADO POR:**  
JOSE MANUEL ESCOBAR CUESTA

**CARNÉ:**  
(EC12020)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN MEDIOS  
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:  
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:  
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

### **RECTOR:**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

### **VICERRECTOR ACADÉMICO:**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

### **VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

### **SECRETARIO GENERAL:**

INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCON SANDOVAL

### **FISCAL GENERAL:**

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

### **DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

### **DECANO:**

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

### **VICEDECANA:**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

### **SECRETARIO DE LA FACULTAD:**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

## **AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

### **JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO:**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

### **COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

### **DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

## ÍNDICE

RESUMEN.....	{4
INTRODUCCIÓN.....	5
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	7
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	11
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	12
Objetivos Generales:.....	12
Objetivos Específicos:.....	12
KPI's A MEDIR.....	13
ÁNÁLISIS FODA.....	15
CANALES DIGITALES UTILIZADOS (RRSS).....	17
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	18
Hades Studio El Salvador.....	19
Aliados Digitales Agencia de Publicidad.....	21
Agencia de Publicidad Media Creative.....	24
Agencia de Publicidad Community Innovation.....	26
BUYERS PERSONA.....	27
Buyers persona 1:.....	28
Buyers persona 2:.....	29
Buyers persona 3:.....	30
LÍNEAS DE CONTENIDO.....	33
CALENDARIO DE CONTENIDO: FACEBOOK.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41

## RESUMEN

La presentación de la marca personal: Manuel Escobar – Community manager es la creación de una estrategia de marketing digital, la cual está diseñada para implementarse principalmente en medios digitales y redes sociales. Por medio de este trabajo se pueden identificar los elementos necesarios para la creación de una marca personal y estrategia de marketing digital, los cuales son necesarios para potenciar y posicionar a las marcas en el mercado. Este trabajo puede servir de guía para las personas que están a punto de emprender con una marca personal; a través de esta estrategia se pueden ver qué pasos seguir y cómo realizarlos en el proceso de creación. De tal manera que puedan contar con los conocimientos necesarios y experiencia con la finalidad de lograr los objetivos planteados. La creación de estrategias enfocadas para los medios digitales y redes sociales es de suma importancia; ya que permiten que las marcas puedan trabajar de acuerdo a objetivos establecidos y con ello, lograr el crecimiento económico, posicionamiento en el mercado y los objetivos comerciales.

**Palabras clave:** Marketing digital; Marca personal; Community manager; Estrategia de marketing digital; Redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

El marketing digital, también llamado marketing en línea, es la promoción de las marcas para conectar con posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital. Esto incluye no solo el correo electrónico, las redes sociales y la publicidad basada en la web, sino también mensajes de texto y multimedia como canal de marketing. Básicamente, si una campaña de marketing implica comunicación digital, es marketing digital.

Actualmente, los medios digitales y las redes sociales son un canal de comunicación muy efectivo y estratégico, los cuales son utilizados e implementados en las estrategias de marketing digital creadas por las marcas para lograr sus objetivos comerciales. Las redes sociales son una herramienta muy útil que ayudan a publicitar y posicionar las marcas.

El siguiente trabajo tiene como objetivo presentar una estrategia de marketing digital para la marca personal: Manuel escobar - Community manager, a través del cual se describen y detallan los servicios que ofrece en el área de marketing digital y comunicaciones. Esta marca busca crecer y posicionarse en el mercado, brindando los servicios a clientes potenciales.

Cabe mencionar que la presentación de este trabajo no se trata de una investigación como tal sino, es un trabajo práctico realizado después de haber finalizado el curso de especialización en medios digitales y redes sociales, durante el ciclo I/2022. Por medio de este trabajo se presentan los elementos necesarios a considerar para la creación de una marca personal y estrategia de marketing digital.

Algunos de los elementos que contiene la estrategia realizada para la marca; “Manuel Escobar – Community manager”, son los siguientes: situación de la marca; información y descripción de los servicios que ofrece; objetivos generales y específicos; KPI’s a medir; análisis FODA; canales digitales utilizados (redes sociales); análisis de la competencia; buyers persona; líneas de contenido y calendario de contenidos.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

Manuel Escobar Community manager, es una marca personal que surgió a raíz de la especialización: Medios Digitales y Redes Sociales, como parte de la etapa final del módulo 4, estrategias de comunicación y marketing digital, por lo que se vuelve una marca propia que ha sido creada desde cero.

Esta marca ofrece el servicio de Community manager a emprendimientos y empresas con productos y/o servicios que no están presentes en el marketing digital a través de las redes sociales.

El servicio abarca las siguientes áreas:

1. Manejo y administración de redes sociales.
2. Publicidad digital.
3. Producción de contenido.
4. Diseño gráfico.
5. Análisis y reportes de KPI's.
6. Calendarios de publicaciones para RRSS.
7. Creación de estrategias de comunicación y marketing digital.
8. Asesoría personalizada.

Este servicio se monetizará ofreciendo el servicio de Community Manager por medio de paquetes con diferentes servicios a todo tipo de emprendedores, marcas personales, empresas y cualquier persona que busque quién pueda gestionar, administrar y mantener activas sus redes sociales o un servicio específico.

Además, ofreciendo cursos virtuales de este rubro a estudiantes de comunicaciones y marketing, dando asesorías personalizadas, creando estrategias de marketing digital, planes de comunicación y calendarios de publicación para redes sociales.

Este servicio está diseñado para ofrecerlo inicialmente en la zona metropolitana de San Salvador y lugares aledaños, la razón es la capacidad económica de las personas, mayor comercio y porque esta marca va iniciando y debe posicionarse con el paso del tiempo. No se descarta ofrecerlo en otras zonas.

Actualmente, esta marca se encuentra en proceso de desarrollo, ya que fue creada con un fin académico, se descarta dejarla a medias, se desarrollará y potenciará con el paso del tiempo.

La forma en la que se ha trabajado hasta el momento es en darle identidad propia y ofrecer contenido de valor referente al trabajo de un Community Manager enfocándose en el marketing y la comunicación.

El URL de la marca Manuel Escobar, Community manager es el siguiente:  
<https://www.facebook.com/communitymanagerme/>

**Logo de la marca:**



## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA**

La marca Manuel Escobar - Community manager es una marca que cuenta solo con una persona; ya que fue creada y diseñada para fines académicos. A la vez, para ofrecer el servicio a otras marcas, empresas, negocios, emprendimientos y todo tipo de persona con la necesidad de utilizar las redes sociales como herramienta de trabajo y canal de difusión para productos y servicios sin presencia en el marketing digital.

Dentro de los beneficios que se tendrán al adquirir el servicio que ofrece esta marca están:

- Manejo y administración de RRSS:

Descripción: por medio de este servicio se identificará, analizará y monitoreará el comportamiento de los usuarios en las redes sociales con el objetivo de crear estrategias de marketing y comunicación para cada producto y servicio, a través de la creación de contenido de valor en estas plataformas.

Cómo funciona el servicio: media vez se haga la negociación y se cierre la venta, se procederá hacer un diagnóstico de la situación actual de la marca, empresa, negocio o emprendimiento con relación a las RRSS; a partir de ello, se crearán y administrarán las redes y se empezará a posicionar y dar identidad en las diferentes plataformas multimedia, permitiendo monitorear y analizar el comportamiento de los usuarios.

Tipos de clientes: este servicio está pensado y dirigido a micros, medianos y grandes empresarios; ONG; emprendedores, personas con poco conocimiento de tecnología y RRSS; figuras públicas y estudiantes de comunicación y marketing.

Costos: rondarán entre los \$400.00 y \$500.00

- Publicidad digital:

Descripción: a través del manejo y administración de las RRSS se buscará promocionar los productos o servicios de los clientes y hacer publicidad digital distribuyendo el cien por ciento del contenido en contenido de valor y contenido promocional, para lograr la humanización de la marca y las ventas.

Cómo funciona el servicio: se trabajará con una línea de marketing de contenidos y otra de contenido promocional, luego se procederá a elaborar un calendario mensual de publicaciones para RRSS y se producirá dicho contenido para publicarlo y mantener activas las plataformas multimedia con la finalidad de promocionar el producto o servicio del cliente.

Tipos de clientes: empresarios, emprendedores, figuras públicas, ONG y toda persona que demande el servicio. Costos: entre \$500.00 a \$800.00.

- Producción de contenido:

Descripción: a partir de las líneas de contenido definidas y la calendarización se procederá a la producción de contenido en diferentes tipo y formatos (foto, video, artes, imágenes, etc.).

Cómo funciona el servicio: se producirá contenido de valor, útil y relevante para los usuarios para destacar la marca y contenido promocional y estratégico para aumentar las ventas online a través de videos, imágenes, infografías, revistas, podcast, tutoriales, plantillas, rebinar, entre otros.

Tipos de clientes: personas con emprendimientos o negocios, empresas, figuras públicas y demás. Costos: estarán entre \$100.00 y \$600.00 (dependerá del trabajo que se realice).

- Diseño gráfico:

Descripción: con este servicio se trabajará en la creación de cualquier tipo de logo, artes, líneas gráficas, infografías, folletos, plantillas, presentaciones, menús, anuncios, e imágenes para medios digitales, entre otros. Para dar identidad visual a las marcas, promoverlas y comunicarse de manera más afectiva con los clientes.

Cómo funciona el servicio: se realizará una reunión con el cliente para conocer sus requerimientos y se le darán propuestas y sugerencias de la necesidad que tenga. Media vez se defina el tipo de contenido con sus especificaciones; se procederá a trabajar en la producción del mismo.

Tipos de clientes: empresarios, emprendedores, instituciones públicas y privadas, y cualquier persona que requiera el servicio de diseño gráfico. Costos: estarán en un rango de \$100.00 a \$500.00.

- Análisis y reportes de KPI's

Descripción: este servicio se brindará a clientes que deseen medir los objetivos y desempeño del contenido publicado, así como el comportamiento de los usuarios en las RRSS con la finalidad de conocer si los objetivos de la marca están siendo alcanzados, de lo contrario impulsar a generar acciones.

Por medio del análisis de las KPI's el cliente podrá ver el éxito o fracaso de las campañas, de manera que se pueda mejorar y desarrollar continuamente ideas en el futuro. En otras palabras, las KPI's sirven que las empresas puedan medir el éxito, son precisas e imparciales.

Cómo funciona el servicio: dicho análisis se hará evaluando el contenido publicado en un periodo de tiempo determinado, luego se hará y entregará un reporte al cliente dando a conocer los resultados, indicando si los objetivos comerciales de su empresa se están cumpliendo o no de tal manera que el cliente tenga una mejor visión de la experiencia que tienen los visitantes al ingresar a las RRSS de su empresa.

Tipos de clientes: cualquier cliente que desee y haya adquirido el servicio de Community manager o simplemente que solo desee el servicio de análisis y reportes de KPI's. Costos: pueden rondar entre \$100.00 a \$200.00

- Calendarios de publicaciones para RRSS:

Descripción: Un calendario de redes sociales es una compilación de las próximas publicaciones que se harán en las RRSS organizadas por fecha.

Cómo funciona el servicio: después de haber definido líneas de contenido, se procederá a crear un calendario en el que se definirá que tipo de contenido se publicará, su formato y fecha.

Tipos de clientes: todo tipo de clientes que tengan redes sociales en sus negocios, empresas o emprendimientos y que requieran el servicio. Costos: \$50.00 a \$100.00

- Creación de estrategias de comunicación y marketing digital:

Descripción: se crearán estrategias digitales que tengan claro los objetivos que quieren conseguir los clientes en sus empresas a través de los medios digitales y las RRSS, para lograr el éxito, desarrollo y crecimiento de la empresa.

Cómo funciona el servicio: se realizará una estrategia digital para un tiempo de seis meses; a través de un proceso que irá enfocado en partes específicas. Se iniciará evaluando la empresa por medio de situación actual; se hará una descripción de la misma; se realizará un análisis FODA y un análisis de la competencia; se crearán buyers persona; se definirán y justificarán los canales digitales a utilizar; se crearán objetivos smart y líneas de contenidos, todo detalladamente para tener claro los objetivos que se quieren conseguir.

Tipos de clientes: grandes empresarios o cualquier microempresario que tenga capacidad de pago. Costos: rondarán entre \$500.00 a \$900.00

- Consultoría personalizada:

Descripción: el servicio de consultoría personalizada consiste en dar a los clientes una orientación en temas de publicidad, administración de redes sociales, diseño gráfico, marketing digital, comunicaciones, estrategias de marketing y comunicación y análisis de métricas o cualquier otro servicio que pida el cliente y que esté dentro de los servicios que ofrece la marca personal Manuel Escobar, Community manager.

Cómo funciona el servicio: el servicio se dará a los clientes que busquen una consultoría personalizada con el fin de mejorar aspectos de su empresa por medio de temas de marketing y comunicación. Inicialmente se tendrá un acercamiento con el cliente a través de algún contacto, luego se agendará una cita para brindar la consultoría y se procederá a dar el servicio.

En esta se escuchará al cliente, se le pedirá información de la empresa para entrar en contexto y se conocerá cuál es su necesidad. Finalmente, se le dará una orientación clara y detalles de cómo mejorar y solventar su necesidad.

Tipos de clientes: emprendedores que van iniciando su negocio y empresas que requieran el servicio en ciertas áreas de marketing y comunicación. Costos: serán entre \$50.00 a \$300.00

Estos beneficios y otros aspectos como responsabilidad, compromiso y asesorías personalizadas dadas a cada cliente según la necesidad, la humanización de la marca y la propuesta de la línea de contenido de valor que, es necesaria para que cada empresa, marca o negocio no generen solo contenido promocional; es lo que hace diferente a esta marca.

## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

Como parte de la estrategia para mi marca personal se presentan dos objetivos generales y dos específicos para cada objetivo general, los cuales se crearán para cumplir los logros de la marca.

Estos son diseñados bajo la estrategia SMART, se presentan a continuación:

### **Objetivos Generales:**

- Aumentar el número de seguidores en Facebook.
- Producir contenido de valor que aumente la interacción con el público.

### **Objetivos Específicos:**

- Tener 200 seguidores al finalizar el segundo semestre de 2022.
- Crecer en el alcance de las publicaciones en un 20% al cabo de seis meses.
- Crecer en likes un 15% de los que tengo actualmente en los próximos seis meses.
- Aumentar la tasa de clics (CTR) durante los primeros 6 meses para conseguir mayor tráfico y captar la atención de los usuarios.

## **KPI's A MEDIR**

Primeramente, Key Performance Indicator, cuya traducción es Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Calidad; es necesario reconocer la importancia que tienen las KPI's en el marketing digital para contar con una estrategia de redes sociales, sobre todo aplicada a los perfiles de negocios.

A continuación, se enlistan algunas KPI's que serán utilizadas para monitorear el funcionamiento y posicionamiento de mi marca personal, para detectar si se están cumpliendo los objetivos SMART planteados al inicio, de lo contrario hacer cambios, mejorar y adaptar nuevas estrategias.

- Tasa de crecimiento del número de seguidores: la tasa de crecimiento de nuestra audiencia siempre será una de las KPI's más perseguidas, esta tasa me ayudará a medir la cantidad de seguidores que estoy teniendo con el paso del tiempo en la página de Facebook de mi marca personal.
- Alcance: con esta KPI's podré medir cuántos usuarios leen o tienen acceso a mis publicaciones. Así podré conocer la cantidad de usuarios que han visto mi contenido desde que lo publiqué. Por medio de esta KPI podré saber si estoy publicando contenido en el momento adecuado y si a los usuarios les está gustando.
- Likes: un like o mejor dicho un “me gusta” es una reacción que el usuario añade en las publicaciones para dar como una especie de opinión positiva a nuestro contenido. Con esta acción podré pensar que mi contenido les gusta a los usuarios que interactúan o siguen mi página.
- Tasa de clics (CTR): como su nombre lo indica esta tasa recoge la cantidad de clics que recibe una publicación en Facebook, con respecto a la cantidad de usuarios que lo vieron.

## **ANÁLISIS FODA**

### **Fortalezas:**

- Profesional con conocimientos en comunicación, medios digitales y RRSS.
- Capacidad de interrelación con las audiencias fomentando el respeto y positivismo.
- Calidad de servicio y asesoramiento digital para los clientes.
- Creación de contenido original y personalizado.
- Valor óptimo para la identidad de las marcas y posicionamiento.
- El comercio digital cada vez está teniendo más presencia e importancia.

### **Oportunidades:**

- Experiencia y crecimiento profesional.
- Oportunidades de trabajo.
- Crecimiento constante y posicionamiento de la marca personal.
- Reconocimiento.
- Armar y vender paquetes; y dar consultorías.
- Se pueden desarrollar y ofrecer nuevos productos o servicios.

### **Debilidades:**

- Poco tiempo de haber creado la marca personal.
- Falta de recursos tecnológicos avanzados.
- Temores y poca presencia en redes sociales.
- Falta de un equipo de personas para realizar tareas específicas.
- El tiempo.
- Recursos económicos.

### **Amenazas:**

- La competencia y servicio mal remunerado.
- Algunos clientes consideran innecesario el trabajo del Community manager.
- Posicionamiento de la competencia.
- Poco reconocimiento de mi marca.
- El proceso creativo se limita a una sola persona.
- No se cuenta con un ambiente propicio para realizar la labor.

Después de hacer el análisis FODA de mi marca personal que ofrece el servicio de Community manager puedo concluir que es una marca que tiene potencial y se puede desarrollar poco a poco con el paso del tiempo, puliendo detalles y mejorando cada vez según las competencias y oportunidades del futuro.

Además, me permite tener un enfoque mejorado, siendo competitivo con otras marcas que ofrecen el mismo servicio; permitiéndome tener mayores oportunidades; desarrollar, identificar y posicionar mi marca, por contar un respaldo de amplios conocimientos en comunicaciones y marketing digital.

La proyección a futuro de la marca Manuel Escobar - Community manager es posicionarse en mercado como una marca que ofrezca servicios con profesionalismo que, sin bien es cierto no cuenta con una amplia cartera de clientes por lo menos se pueda monetizar a mediano plazo (6 meses), ofreciendo el servicio de Community manager al menos a uno o dos clientes y en la medida que se vaya posicionando y desarrollando tenga alcance de otros clientes.

## **CANALES DIGITALES UTILIZADOS (RRSS)**

El canal digital que se utilizará inicialmente para posicionar y difundir la marca personal Manuel Escobar Community manager es la red social de Facebook. Ya que es la mayor generalista de todas las redes y uno de los canales de comunicación abierto para mantener contacto con todo tipo de personas, también porque tiene su fuerza en cómo se presenta y cómo se puede emplear por parte del usuario, a diferencia de otras redes.

Otras razones por las cuales usaré Facebook y que responde a las exigencias son: es una de las redes sociales con gran potencial de marca personal, está en constante evolución, está orientada al tiempo libre y el ocio, y porque puede subir el contenido a la red y enlazarlo con otros canales de comunicación, características que no las tienen en conjunto las demás redes sociales.

Además, porque Facebook ha adquirido gran importancia para el mundo empresarial, por ser una plataforma más para que las marcas den a conocer sus productos o servicios, para que lleven a cabo acciones promocionales, y obtengan las opiniones de los actuales y potenciales clientes.

Por ejemplo, las páginas y todos los recursos con los que cuentan, son las vías a través de las cuales las marcas mantienen canal abierto con los usuarios de Facebook, quienes pueden necesitar informarse sobre ciertos productos o servicios.

Por otra parte, con respecto al público objetivo cabe destacar que mi marca contará con un público principal el cual será la selección predeterminada para el conjunto de anuncios en el administrador de anuncios. Para definirlo se tomarán en cuenta los datos demográficos, intereses, comportamientos y conexiones de las personas en Facebook. Y también contará con un público personalizado.

Este público se creará a partir de datos recopilados a través de las interacciones de las personas con el contenido publicado en la página de mi marca y de información de Facebook (personas que ingresaron al perfil de mi marca) para volver a atraer a clientes que hayan mostrado interés en el servicio que ofrece la marca

Con el insumo de toda la información se creará un buyers persona para cada servicio con el objetivo de tener aspectos puntuales que me permitan tener un mayor acercamiento con los clientes que quiero retener y los potenciales clientes.

Finalmente, por todas las razones antes mencionadas es que usaré inicialmente Facebook para dar a conocer mi marca y, a la vez, para posicionarla, pues a comparación de otras redes sociales esta es la más conocida por todo tipo de público, cuenta con herramientas específicas y es fácil de usar, desde un niño hasta un adulto tiene un perfil en Facebook.

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

## 1. Hades Studio El Salvador:

Screenshot de la cuenta de Facebook:

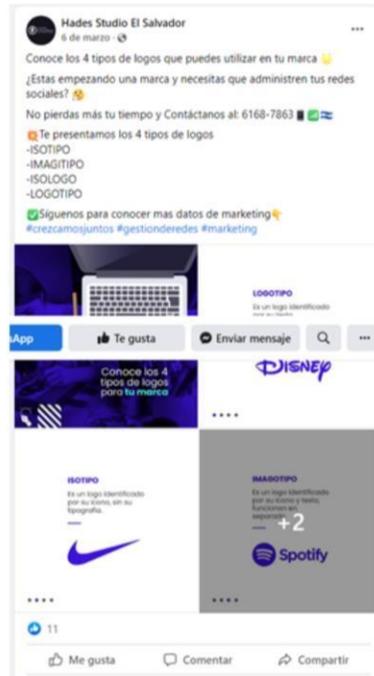


Hades Studio El Salvador es una agencia de marketing que ofrece el servicio de administración de RRSS a pequeñas y medianas empresas. En cuanto a la presentación de la página cuenta con una breve descripción, tiene la siguiente información de contacto: correo electrónico, cuenta de Instagram, dirección de sitio web, número de teléfono y la opción de enviar mensaje por medio de Messenger.

Esta página fue creada el 14 de junio de 2020 y en el transcurso de 2 años con 2 meses ha logrado conseguir que 778 personas sigan la página y 722 me gusta. Utiliza como call to action el botón de WhatsApp. Desde la creación de la página hasta la fecha solo han hecho 15 publicaciones con un promedio de 8 anuales, las líneas de contenido definidas y utilidades en esta Fan page está el marketing de contenidos y venta.

El contenido publicado está distribuido en contenido de valor relacionado al servicio que ofrece y promocional, no hay variabilidad de temáticas y las publicaciones hechas no dan lugar a que se generen mayores interacciones con los usuarios de las RRSS. Videos inferiores a un minuto y diseños de artes con información de valor, es el tipo de contenido publicado. Su diseño es sencillo y visualmente poco atractivo.

Publicación más destacada:



Ya que de las 15 publicaciones realizadas es la que obtuvo el mayor número de reacciones, 11 likes. La reacción que predomina en las publicaciones es el like, raramente se ven comentarios y si los hay el tiempo de respuesta a ellos es corto. Los usuarios casi no comparten.

Tabla resumen de la competencia:

Competencia	Facebook	WhatsApp	Instagram	Twitter	LinkedIn	YouTube	Web
Hades Studio El Salvador <a href="https://www.facebook.com/hadesstudiosv">https://www.facebook.com/hadesstudiosv</a>	X	X	X		X		X

Finalmente, considero que esta agencia no tiene una visión clara del futuro, se nota que no cuenta con un calendario para publicaciones en RRSS, no hay estrategias y una forma de trabajo continua que les permita desarrollarse y crecer profesionalmente, mucho menos posicionarse en el mercado y ser competencia que amenace.

## 2. Aliados Digitales Agencia de Publicidad:

Screenshot de la cuenta de Facebook:



Aliados Digitales Agencia de Publicidad es una agencia que ofrece el servicio de marketing y publicidad. En la presentación de la página se puede ver una descripción de los servicios que ofrece, en la foto de perfil está el logo y en la portada está un diseño con contenido promocional, la página tiene un total de 729 seguidores y 690 me gusta, hasta la fecha que se hizo este análisis.

Además, tiene la siguiente información de contacto: número de teléfono, WhatsApp, correo electrónico, precios y hace el llamado a la acción por medio del botón de WhatsApp. Esta cuenta desde su creación hasta la fecha ha hecho un total de 118 publicaciones entre las cuales la presentación del contenido se distribuye en servicio social (oportunidad laboral), videos, fotografías y artes de diferentes diseños.

En su mayoría son diseños variados de venta y algunas fechas especiales celebradas en el año, visualmente son atractivos. La línea de contenido de ventas es la que predomina en las publicaciones; es decir, contenido promocional, no hay contenido de valor.

Haciendo una clasificación y recuento del tipo de contenido que hay en la página se determina que, los artes son mayoritariamente los que están presentes en las publicaciones, luego las imágenes/fotografías y finalmente videos, estos últimos con una duración máxima de reproducción de 55 segundos. Esta página hace en promedio entre 4 y 8 publicaciones por mes. En las interacciones se observó que en su mayoría los usuarios utilizan los likes para reaccionar.

De 118 posts solo 55 recibieron entre 1 y 4 reacciones. En los otros 63 nadie reaccionó, son pocos los comentarios y las veces que compartieron alguna publicación. El tiempo de espera en atención al cliente es breve.

Publicación más destacada:



De los 118 posts este es el que obtuvo la mayor cantidad de likes, en total fueron 74 por lo que personalmente considero fue la publicación más destacada por el tipo de contenido (promoción) y el alcance que tuvo en reacciones. Finalmente, esta cuenta podría mejorar si brindará contenido de valor y humanizara la marca, también podría incluir otras líneas de contenido que le permita hacer un balance entre el marketing de contenidos y el contenido promocional.

En cuanto a los servicios que ofrece se limita a unos cuantos. Tiene presencia solo en Facebook e Instagram.

Tabla resumen de la competencia:

Competencia	Facebook	WhatsApp	Instagram	Twitter	LinkedIn	YouTube	Web
Aliados Digitales Agencia de Publicidad <a href="https://www.facebook.com/aliadosdigitales/">https://www.facebook.com/aliadosdigitales/</a>	X	X	X				

### 3. Agencia de Publicidad Media Creative:

Screenshot de la cuenta de Facebook:



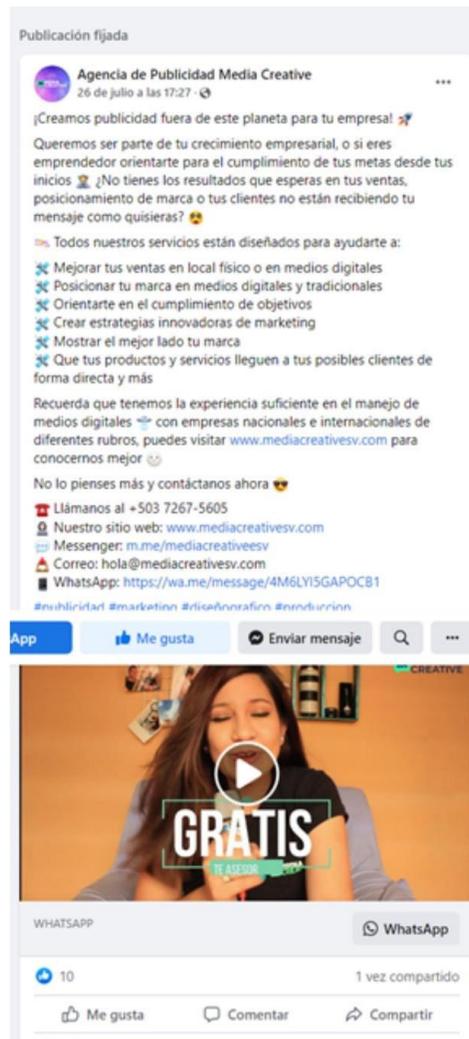
La agencia de Publicidad Media Creative ofrece los servicios de marketing y publicidad, tiene 5 años de trayectoria y ofrece sus servicios a nivel nacional e internacional. La página tiene un total de 5890 me gusta y 6004 seguimientos en total. Es una de las pocas agencias que tiene a favor suficientes canales de comunicación, entre ellos el uso de las RRSS, sitio web, correo electrónico y número de teléfono.

Dentro de los servicios que ofrece están: Community manager, diseño gráfico, social media, manejo de pautas publicitarias, repuestas a mensajes y comentarios, creación de contenidos y más, además de ofrecer cursos. La forma de trabajo y estilo de esta agencia la hace sobresalir porque el contenido que presenta es variado y atractivo, su diseño es muy bueno. En general se ve que trabajan organizados y la página está activa continuamente, pues publican al menos 5 días a la semana.

El contenido de la página es de venta, cada post es aprovechado para brindar información del quehacer de la agencia y a la vez promocionar los servicios que ofrece. Utilizan mucho el recurso del diseño gráfico para la creación de artes, presentan contenido por medio de videos cortos, imágenes y artes mayoritariamente. A pesar de que la fan Page tiene muchos seguidores, esto no se ve reflejado en las interacciones con los usuarios, pues éstas son mínimas.

Algunos aspectos de la agencia; los copys tienen estilo de redacción digital, la página presenta contenido de valor, en la redacción utilizan el recurso de emojis para apelar a las emociones de los clientes, utilizan keyword. La página tiene posicionamiento.

La publicación más destacada es la siguiente:



Esta es la publicación más destacada, en ella hay un video de 47 segundos en el que un miembro del de la Agencia de Creative sale brindando mayor información acerca de los servicios que ofrece la agencia. A diferencia de las otras cuentas analizadas de la competencia, esta hasta tiene fijada dicha publicación para que los usuarios puedan conocer sus servicios desde el inicio del historial de publicaciones.

Tabla resumen de la competencia:

Competencia							
Agencia de Publicidad Media Creative <a href="https://www.facebook.com/mediacreative">https://www.facebook.com/mediacreative</a>	X	X	X	X	X	X	X

Esta agencia tiene presencia en más canales de comunicación para llegar a los clientes potenciales y tener mayor alcance según el público de cada red social.

Considero que puede mejorar si hace una mejor distribución en la publicación de marketing de contenidos y contenido promocional, todo con la finalidad de llevar de la mano la humanización de la marca y las ventas online. Por lo general la página es tractiva visualmente, el diseño es bueno, la atención al cliente es oportuna y el tiempo de respuesta a mensajes o comentarios es breve.

#### 4. Agencia de Publicidad Community Innovation:

Screenshot de la cuenta de Facebook:



Community Innovation es una agencia de marketing que se dedica a ayudar a crecer visual y comercialmente a las empresas, ofreciendo los servicios de creación de estrategias digitales, producción de contenido, administración de RRSS y diseño gráfico. La página fue creada el 19 de abril de 2022, hasta la fecha solo ha logrado conseguir 7 seguimientos en total y 4 me gusta.

Como información de contacto tiene número de teléfono, correo electrónico y la opción de mensajes por medio de Messenger. Cuenta con WhatsApp como call to action. Esta página solo ha hecho 6 publicaciones, 3 son de contenido de venta y 3 son actualización de información de la agencia. El estilo y diseño es sencillo, no hay marketing de contenidos solo promocional.

Desde abril que fue creada la página no hubo actividad sino hasta agosto de este año, el contenido publicado es poco, a simple vista se percibe que la agencia no tiene proyección, ya que no se promueve constantemente para posicionarse, no hay creatividad y no se observó en ningún post marketing de contenidos. Se limita a una sola línea de contenido y tiene un servicio de atención al cliente tardado para responder mensajes o comentarios.

Las interacciones con los usuarios son pocas, el promedio está entre 1 y 3 reacciones por post, las que usaron fueron likes y me encanta. En este sentido se puede decir que la página tiene muy poco alcance y lo que se traduce que la agencia no está posicionada en las RRSS.

La publicación más destacada es la siguiente:



Esta es la única publicación que se ve más llamativa por el diseño y por el copy con el cual brinda información de contacto. Haciendo algunas observaciones se puede mencionar que, la agencia podría mejorar si tuviera versatilidad en la producción y publicación de contenidos, si estuviera más activa, si contara con un equipo que se encargue de lograr identidad y posicionamiento de la marca para crecer profesional y económicamente.

Debería trabajar en la creación de estrategias de comunicación y marketing de contenidos para lograr sus objetivos comerciales, de tal forma que los servicios que ofrece sean interesantes para los clientes potenciales.

Tabla resumen de la competencia:

Competencia							
..... Community Innovation <a href="https://www.facebook.com/CommunityInnovation29">https://www.facebook.com/CommunityInnovation29</a>	X	X	X				.....

## BUYERS PERSONA

El Buyers persona es un arquetipo del cliente ideal de un servicio o producto, una representación de nuestro consumidor final o potencial, que se construye en base a datos reales sobre comportamientos y características demográficas, así como otros factores como necesidades, motivaciones u objetivos.

Una empresa o marca no tienen por qué limitarse a crear un único buyer persona, sino que pueden diseñar varios perfiles. Su construcción es fundamental para llegar a saber cómo nuestro producto o servicio puede ayudarlos.

- Buyers persona 1:

MARÍA CAMPOS



PROFESIONAL DE LAS CIENCIAS DE LA SALUD

**Datos personales:** María es odontóloga, tiene su propia clínica y obtiene ingresos mensuales de \$1000. Tiene 40 años; vive con su esposo y 2 hijos en su propia casa. Ama estar con su familia, le apasiona su trabajo y necesita dar a conocer los servicios que ofrece en su clínica para tener más clientes, pero no sabe cómo producir contenido para publicarlo en sus RRSS y lograr su objetivo. Su mayor temor es no tener una cartera de clientes amplia.

**Sinopsis:** actualmente los ingresos de María no ascienden de lo que suele ganar mensualmente, necesita hacer la publicidad de los servicios que ofrece, a través de la presentación de contenido de valor y promocional que describan sus servicios para posicionarse en el mercado, pero no sabe cómo hacerlo.

**Meta, objetivos y retos:** ampliar la cartera de clientes, obtener más ingresos y equipar su clínica. Como parte de sus nuevos proyectos está vender productos de odontología y contratar el servicio de profesionales en marketing y comunicaciones para complementar su trabajo.

**Situación actual:** contratar el servicio profesional de un content creator, publicitar a través de contenido de valor y promocional u trabajo. Hacer uso de las redes sociales como herramienta de trabajo, ampliar la cartera de clientes, posicionar su clínica y abrir otra.

**Servicio:** Community manager, producción de contenido, creación de calendario para RRSS, análisis de métricas y consultoría personalizada.

**Impresiones negativas:** “No sé si funcionará”, “No tengo tiempo suficiente para consultorías”, “necesito algo rápido”, “solo quiero producción de contenido”, “yo puedo manejar las RRSS” “no quiero gastar mucho”.

- **Buyers persona 2:**

JOSUÉ FUENTES



PROFESIONAL DE MARKETING

**Datos personales:** Josué Fuentes es coordinador en una agencia de mercadeo y gana \$700 mensuales aproximadamente. Tiene 35 años y vive con su novia en San Salvador. Le encantan los eventos y producciones.

**Sinopsis:** Josué siente que la agencia no tiene alcance de más clientes para ofrecer el servicio de mercadeo, eventos y producciones debido a que solo tiene una red social. Necesita tener presencia al menos en 2 RRSS más para posicionarla; actualmente, solo tiene cuenta de tiktok, pero no tienen suficientes seguidores. Necesita que alguien haga este trabajo.

**Meta, objetivos y retos:** tener cuenta de Facebook e Instagram y posicionar la agencia; aumentar los seguidores; pagar servicios profesionales de marketing y comunicación, ofrecer sus servicios a nuevos clientes; aumentar los ingresos; desarrollar y hacer crecer la agencia.

**Situación actual:** aprovechar y explotar los recursos de las RRSS para hacer crecer la agencia, ampliar la cartera de clientes, ofrecer nuevos servicios, aumentar los ingresos y ser reconocido.

**Servicio:** Community manager, consultoría en marketing y comunicaciones, creación de estrategias de comunicación y marketing digital, publicidad digital.

**Impresiones negativas:** “contratar esos servicios sale caro”, “solo necesito crear una fan page en Facebook y una cuenta en Instagram”, “no tenemos presupuesto suficiente”, “quiero resultados rápidos”. “la agencia necesita obtener ingresos, no gastos”.

- **Buyers persona 3:** DAYSI ORELLANA



### PROFESIONAL DE LA BELLEZA

**Datos personales:** Daysi es gerente de ventas en una tienda de productos de cuidado personal y cosméticos. Tiene 33 años y vive en la colonia San Benito con su madre y hermanos. Le gusta la atención al cliente y las ventas.

**Sinopsis:** Daysi actualmente se encuentra en una crisis económica, las ventas de su departamento no aumentan y su trabajo está en riesgo, necesita contratar el servicio de un estratega digital que le ayude con la creación de estrategias de comunicación y marketing digital.

**Meta, objetivos y retos:** aumentar las ventas y cartera de clientes, contratar los servicios de profesionales en marketing digital y comunicaciones, optimizar recursos, hacer un diagnóstico de la empresa y tomar acciones rápidas y superar la crisis actual.

**Situación actual:** posicionar y vender los mejores productos en el rubro de cuidado personal y belleza, ser competitivos, aumentar las ventas, implementar las mejores estrategias de comunicación y marketing digital y ser líderes en la localidad.

**Servicio:** Community manager, creación de estrategias de comunicación y marketing digital, publicidad digital y consultoría personalizada.

**Impresiones negativas:** “solo necesito estrategias para aumentar las ventas”, “quiero algo efectivo”, “no necesito otro servicio”, “nosotros podemos administrar las redes sociales”, “no tenemos tiempo para asesorías”.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

Las líneas de contenido que se utilizarán para crear la estrategia básica de contenido y publicaciones en la red social de Facebook de la marca personal Manuel Escobar Community manager son las siguientes:

LÍNEA DE CONTENIDO	TEMA	SUBTEMAS
<b>Marketing de contenidos</b>	#1 Marketing digital	1.1 Definición técnica de marketing digital 1.2 ¿Por qué aplicar marketing digital a un negocio? 1.3 Ventajas del marketing digital 1.4 Canales del marketing digital 1.5 Evolución del marketing digital 1.6 Datos sobre marketing digital 1.7 Características del marketing digital 1.8 Estrategias de marketing digital 1.9 Enfoque del marketing digital 1.10 Elementos del marketing digital
<b>Marketing de contenidos</b>	#2 Community manager	2.1 ¿Qué buscan las empresas en un Community manager? 2.2 Objetivos del Community manager 2.3 Competencias claves del Community manager 2.4 Habilidades del Community manager 2.5 Servicios que ofrece un Community manager 2.6 7 Diferencias claves entre Community y 31

		<p>social media manager</p> <p>2.7 Tareas fundamentales de un Community manager</p> <p>2.8 Día a día de un Community manager</p> <p>2.9 Ocho consejos para un Community manager Parte I y II</p> <p>2.10 ¿Qué hace un Community Manager?</p>
<b>Venta / promocional</b>	#3 Servicios que ofrece un Community manager	<p>3.1 Venta 1: promoción</p> <p>3.2 Venta 2: Aprende hacer publicidad</p> <p>3.3 Venta 3: únete a nosotros</p> <p>3.4 Venta 4: servicios</p> <p>3.5 Venta 5: 30% de descuento</p> <p>3.6 Venta 6: Somos la opción indicada</p>
<b>Interacciones</b>	#4 Redes sociales	<p>4.1 ¿Sabías qué?</p> <p>4.2 Interacción por tipo de post en Instagram</p> <p>4.3 ¿Cuál es tu red social favorita?</p> <p>4.4 ¿Para qué utilizas las RRSS?</p>

Justificación de cada línea de contenido:

### **1. Marketing de contenidos:**

Es necesario que la marca entienda qué es lo que necesitan los clientes y a partir de ello, producir contenido de valor útil, original y relevante, el cual debe ser distribuido entre los clientes actuales y potenciales clientes para atraerlos, retenerlos y para que la empresa conecte con ellos.

A través de esta línea de contenido también se busca humanizar la marca y no solo promocionar un producto o servicio. Se busca educar y crear estrategias de marketing de contenidos que permitan atraer nuevos clientes y continuar con el proceso para realizar la conversión de tal manera que se establezcan contactos con nuevos clientes.

## **2. Venta / promocional:**

La marca debe proporcionar contenido promocional para vender de tal manera que desarrolle o motive al consumo a través del manejo de la información del producto o servicio que ofrece.

Todas las marcas buscan aumentar las ventas de los productos o servicios que ofrecen, con esto se trabajan las campañas de marketing las cuales buscan posicionar a las marcas. Todo esto con el fin de conseguir consumidores de su oferta en el mercado, por ello es de vital importancia trabajar en el contenido de ventas.

## **3. Interacciones:**

Las interacciones como línea de contenido son necesarias incluirlas, ya que, por medio de éstas, las marcas hacen que se dediquen más tiempo, esfuerzo para crear estrategias que permitan mantenerse en contacto con el cliente en los diferentes canales de comunicación.

# CALENDARIO DE CONTENIDO: FACEBOOK

CALENDARIO QUINCENAL DEL 1 AL 15 DE OCTUBRE DE 2022 JOSE MANUEL ESCOBAR CUESTA (EC12020)						
FECHA	HORARIO	TIPO DE CONTENIDO	LÍNEA DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA	
Sábado 1/10/2022	7:00 AM	Post	Marketing de Contenidos	Las limitaciones del ámbito offline nos conducen a desarrollar más, nuevas y mejores acciones en el mundo online, que cuenta con una serie de ventajas como la inmediatez y su capacidad global para conseguir nuestro objetivo. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS		
	3:00 PM	Infografía	Marketing de Contenidos	El Marketing Digital tiene muchísimos beneficios que no tiene el marketing tradicional. Es una apuesta segura para conseguir mayor crecimiento, mejorar el posicionamiento y ampliar la difusión de nuestra comunicación. A continuación, algunas ventajas: #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS		
Domingo 2/10/2022	10:00 AM	Post	Venta	¿Tu negocio ya tiene presencia en las redes sociales? ¿Necesitas ayuda? Nosotros te ayudamos a administrar y posicionar tu marca, aprovecha el 50% de descuento por tiempo limitado. ¡Somos tu mejor opción! #communitymanager #RRSS		
	5:00 PM	Video	Marketing de Contenidos	El Marketing Digital puede ayudar a cualquier tipo de empresa a hacer negocios. Para lograr tener éxito implementando el Marketing Digital lo recomendable es acudir a profesionales en esta área, así como a agencias especializadas que te puedan ayudar a definir metas a corto y mediano plazo. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	Ver Video 1: ¿Por qué aplicar marketing digital a un negocio?	
Lunes 3/10/2022	11:00 AM	Historia	Interacción	¿Qué tipo de interacción es la que utilizas más en tus posts? Comenta: ¿1, 2 ó 3 #communitymanagerme #marketinginteractivo #RRSS	Ver Video 2: Interacción por tipo de post en Instagram	

	8:00 PM	Post	Marketing de Contenidos	Existen muchos canales y herramientas online donde se pueden aplicar estrategias, técnicas y tácticas de Marketing Digital: #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	
Martes 4/10/2022	7:00 AM	Post	Marketing de contenidos	El marketing Digital busca utilizar recursos tales como las redes sociales, el email marketing, los sitios web, las aplicaciones, entre otros, para promocionar una marca, producto o servicio en la red. Conoce otras de sus características: #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	
	3:00 PM	Post	Venta	Las redes sociales son el canal de difusión para promocionar tus productos o servicios. ¿Sabes usarlas como herramienta de trabajo para llegar a más clientes potenciales? Con la ayuda de nosotros contarás con asesoría personalizada y servicios que potencien tu marca. #communitymanager #RRSS	
Miércoles 5/10/2022	10:00 AM	Video	Marketing de contenidos	Con la popularización de Internet las técnicas de marketing tradicional se adaptaron al entorno online. De esta forma surgió el marketing digital, que evoluciona tan rápidamente como lo hace la tecnología. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	Ver Video 3: Evolución del marketing digital
	5:00 PM	Post	Interacción	En redes sociales se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia. Esto, según los intereses de los usuarios. Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a cada una de ellas. #communitymanagerme #marketinginteractivo #RRSS	
Jueves 6/10/2022	11:00 AM	Post	Marketing de contenidos	El marketing digital es el tipo de marketing que implementa las estrategias propias en internet. No es un proceso fácil y hay que tener en cuenta varios elementos esenciales. Conoce 5 elementos en a través del siguiente post. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	

	8:00 PM	Historia	Marketing de contenidos	<p>Crear estrategias de marketing digital sólidas es esencial. De esta forma, se focalizarán los esfuerzos para alcanzar la meta establecida con anterioridad y se evitará el desperdicio de tiempo, energía y recursos.</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	
Viernes 7/10/2022	7:00 AM	Post	Venta	<p>Si tus ventas online aún no crecen y necesitas apoyo de profesionales, nosotros te ayudamos. Contamos con un equipo calificado de profesionales en comunicaciones y marketing digital que harán crecer una marca.</p> <p>Adquiere nuestros y empieza a crecer.</p> <p>#communitymanager #RRSS</p>	
	3:00 PM	Post	Marketing de contenidos	<p>Se inicia generando contenido de valor enfocado en potenciales clientes para resolver sus problemas y cubrir sus necesidades. De esta forma se da inicio a un modelo de atracción para convencer, vender y, por último, cautivar a las personas</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	
Sábado 8/10/2022	10:00 AM	Video	Marketing de contenidos	<p>Se conoce como marketing digital o marketing online al conjunto de actividades que se realizan para dar a conocer la actividad que realizan las empresas. Páginas web, cuentas en redes sociales, correos electrónicos, banners de publicidad, etc.</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	<p>Ver</p> <p>Video 4: datos sobre marketing digital</p>

	5:00 PM	Infografía	Marketing de contenidos	<p>Con el boom de las nuevas tecnologías aparece esta figura con el objetivo de ser un canal de comunicación entre la empresa y las comunidades sociales. Esta labor la desarrolla el Community manager.</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	 <p>¿Qué buscan las empresas en un Community Manager?</p> <p>Un alto nivel de inglés es la aptitud más buscada</p> <p>10 de 15 ofertas de trabajo piden que sean un usuario activo en redes sociales</p> <p>El rango de experiencia requerido es de 2 a 5 años</p> <p>50% de las ofertas piden buena redacción y altos conocimientos de Photoshop</p> <p>Sobre 30% de las ofertas requieren Licenciatura o Grado en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas o Marketing.</p> <p>7 de cada 15 ofertas piden conocimientos en Facebook Ads, Web Design, Google Adwords, anal Analytics y Comunicaciones Básicas de SEO.</p> <p>Clave para tener éxito con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Una comunidad y comunidad</li> <li>Organizada</li> <li>Constante</li> </ul>
Domingo 9/10/2022	11:00 AM	Video	Interacción	<p>En la era digital en la que vivimos, un gran porcentaje de la población mundial tiene acceso a la Internet y realiza muchas de sus actividades diarias a través la red.</p> <p>Reacciona y deja tu comentario si sabías este dato.</p> <p>#communitymanagerme #marketinginteractivo #RRSS</p>	<p>Ver Video 5: ¿Sabías qué?</p>
	8:00 PM	Infografía	Marketing de contenidos	<p>La función principal del Community manager consiste en gestionar una comunidad online implicando a los usuarios si no posee unas buenas dotes de comunicación online va a tener poco que hacer.</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	 <p><b>HABILIDADES DEL COMMUNITY MANAGER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>EMPATÍA</li> <li>COMUNICACIÓN</li> <li>SABER MODERAR</li> <li>DEDICACIÓN</li> <li>PASIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA MARCA</li> </ul>
Lunes 10/10/2022	7:00 AM	Video	Marketing de contenidos	<p>El Community manager suele estar siempre en relación con el departamento de marketing y comunicación cuando se trata de grandes empresas, o desarrollar el mismo su actividad en solitario, cuando son empresas minoristas que no cuentan con departamentos específicos.</p> <p>#communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	<p>Ver Video 6: Servicios que ofrece un Community manager</p>

	3:00 PM	Post	Marketing de contenidos	El perfil de Community manager está a medio camino entre la gestión de la comunicación digital y el marketing digital. Debe crear conexiones entre la compañía y los usuarios a los que se dirige. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	
Martes 11/10/2022	10:00 AM	Video	Venta	Todo buen Community manager tiene las reglas sobre buenas prácticas muy claras en la cabeza, incluso una guía de las no escritas bien explicadas en mente, pero no siempre las consulta: el día a día puede con ellas a veces. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	Ver Video 7: Somos la mejor opción para la creación de contenido
	5:00 PM	Post	Marketing de contenidos	Es un trabajo muy interesante el de Community manager, pero también de mucha responsabilidad, ya que está en juego la imagen de la marca, empresa o profesional y esto se construye con cada mensaje emitido o cada publicación. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	
Miércoles 12/10/2022	11:00 AM	Historia	Marketing de contenidos	Sabemos que en el actual mundo web 2.0, la demanda de profesionales en el área del Social Media y la competencia en los distintos sectores del marketing digital es cada vez más alta, respectivamente. Tal es el caso del Community Manager, un profesional que las empresas solicitan cada vez más pero siempre tratando de encontrar uno que marque la diferencia. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS	
	8:00 PM	Post	Venta	¿Te gustaría mejorar tus ventas a través de RRSS? No pierdas la oportunidad de contar con la ayuda de profesionales que llevarán tu negocio a otro nivel. Pregunta por nuestros servicios y provecha nuestros descuentos. #communitymanager #RRSS	

<p>Jueves 13/10/2022</p>	<p>7:00 AM</p> <p>3:00 PM</p>	<p>Infografía</p> <p>Historia</p>	<p>Marketing de contenidos</p> <p>Marketing interactivo</p>	<p>El Community manager es la persona encargada de gestionar las redes sociales de un negocio, y estar en constante comunicación con los usuarios de estas plataformas en representación de la empresa. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p> <p>¿Para qué sirven las redes sociales? Reacciona y comenta cuál es el uso que les das en tu vida cotidiana. Sus 3 principales usos son: #communitymanagerme #marketinginteractivo #RRSS</p>	 
<p>Viernes 14/10/2022</p>	<p>10:00 AM</p> <p>5:00 PM</p>	<p>Video</p> <p>Post</p>	<p>Marketing de contenidos</p> <p>Marketing de contenidos</p>	<p>El Community Manager es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p> <p>El perfil de Community manager está a medio camino entre la gestión de la comunicación digital y el marketing digital. Como hemos dicho, debe crear conexiones entre la compañía y los usuarios. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	<p>Ver</p> <p>Video 8: Tareas fundamentales de un Community manager</p> 

<p>Sábado 15/10/2022</p>	<p>11:00 AM</p>	<p>Post</p>	<p>Venta</p>	<p>Pregunta por nuestros servicios y con gusto te atenderemos. Somos expertos en comunicaciones y marketing digital. Para mayor información, escríbenos por WhatsApp, será un gusto brindarte nuestros servicios. #communitymanager #RRSS</p>	
	<p>8:00 PM</p>	<p>Hilo de 2 historias</p>	<p>Marketing de contenidos</p>	<p>Todo buen Community manager tiene las reglas sobre buenas prácticas muy claras en la cabeza, incluso una guía de las no escritas bien explicadas en mente, pero no siempre las consulta: el día a día puede con ellas a veces. #communitymanagerme #marketingdecontenidos #RRSS</p>	<p>Ver Videos 9 y 10: 8 Consejos para un Community manager Parte I y II</p> <p>Link:</p>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ries, L. (2006). *Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas en internet*. Barcelona: Deusto.

Kloter, P. (2004). *Los 10 pecados capitales del marketing. Indicios y soluciones*, Barcelona: Deusto.

Merodio, J. (2012). *Marketing en Redes Sociales: Mensajes de Empresa: Para Gente Selectiva*. Madrid: Bubook.

Indiga, C. (2021). *Importancia del buyer persona*. [En línea]. Disponible en: [https:// www . indigacompany.com/la-importancia-del-buyer-persona/#](https://www.indigacompany.com/la-importancia-del-buyer-persona/#) [2022, 15 de agosto].

Mailchimp, I. (2021). *Qué es el marketing digital*. [En línea]. Disponible en: [https:// www . mailchimp.com/es/marketing-glossary/digital-marketing/](https://www.mailchimp.com/es/marketing-glossary/digital-marketing/) [2022, 15 de agosto].