

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA PERSONAL "JACQUELINE GARCÍA-CREADORA DIGITAL Y FOTOGRAFÍA"

PRESENTADO POR:

CARNÉ

JACQUELINE BEATRIZ GARCÍA GALÁN

(GG16047)

INFOPRME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES” PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO

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

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA, SEPTIEMBRE DE 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 ALARCÓN**

**FISCAL GENERAL:
LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN**

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

DECANO:

MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANO:

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO**

**JEFATURA DEL DEPARTAMENTO
MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS CORTEZ**

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

ÍNDICE

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN	7
1-SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	8
2- INFORMACIÓN DE LA MARCA	9
2- DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.....	9
2.1- Asesorías Digitales:.....	9
2.2- Publicación de posts semanales:	10
2.3- Diseño de Flyers digital o impresos publicitarios/informativos/promocionales:.....	10
2.4- Sesiones fotográficas:	10
3- FODA	11
3.1- Fortalezas:	11
3.2- Oportunidades:	11
3.3- Debilidades:	11
3.4- Amenazas:	12
4- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	12
4.1- Dealapar	13
4.2- Masivo-Agencia publicitaria	14
4.3- Nuevas Redes	15
4.4- Clixrama.....	16
5- BUYER PERSONA.....	17
5.1- Carmen Espinoza, Emprendedora.....	17
5.2- Eugenio Chávez, Dueño de local	18
5.3- Emilio Espín, Gerente de Fundación CORDES.....	19
6- OBJETIVOS	20
6.1- Generales.....	20
6.2- Específicos	20
7- CANAL DIGITAL A UTILIZAR	20
8- LÍNEAS DE CONTENIDO.....	21
8.1- Marketing de contenido 70 %	21
8.2- Ventas y servicios10%	21
8.3- Interacciones 20%	22
9- KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI's) A MEDIR	22
10- RESUMEN DE LA LOGÍSTICA PARA EL CALENDARIO DE 15 DÍAS	23
11- CALENDARIO DE CONTENIDO DE 15 DÍAS	24
12- REFERENCIAS	31

RESUMEN

El presente trabajo recopila el proceso de una estrategia de marketing digital, para una marca personal. La cual, es la representación de nuestra personalidad con un fin comercial, es decir, se basa en crear un negocio alrededor de tu persona, con tus valores, aptitudes y tu forma de ser. Una marca personal puede ser de mucha ayuda en tu trayectoria profesional para demostrar tus habilidades y conocimientos al mundo. La estrategia fue implementada con base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje del curso. En la estrategia se sigue una serie de etapas que conllevan a una toma de acciones online, con el objetivo de construir una presencia sólida de una marca en internet. Asimismo, a través de estrategia se busca difundir un mensaje positivo de la marca dirigido hacia una comunidad online específica. En la primera parte de la estrategia se expone el inicio de cómo crear una marca personal, empezando desde la creación de un logo personal, que representara nuestros valores como persona y como marca. Tomando en cuenta la construcción de objetivos, análisis de la competencia, identificación de clientes potenciales, y las fortalezas y debilidades que la marca posee. Este proyecto fue importante para el crecimiento personal y profesional de nuestra persona, ya que el mundo digital seguirá tomando terreno en cada ámbito de nuestras vidas. Esperamos que este trabajo aporte conocimientos a futuras generaciones.

Palabras clave: Marketing Digital; Buyer Persona; Redes Sociales; Marca Personal; Posicionamiento SEO; Engagement.

INTRODUCCIÓN

Jacqueline García-Creadora Digital y Fotografía funciona como una marca en crecimiento, enfocada en los servicios digitales para emprendedores e instituciones no gubernamentales. El objetivo de la estrategia digital es identificar el canal idóneo para conectar con su audiencia potencial y dar a conocer sus servicios utilizando marketing de contenidos, ventas e interacciones.

Dicha marca personal nace por la pasión a la gestión de medios digitales y fotografía como herramientas innovadoras que ayudan al crecimiento de otras marcas o negocios en internet.

¿Cómo se inicia la estrategia digital Jacqueline García-Creadora Digital y Fotografía?

Se crea una cuenta de Facebook y se optimiza el perfil para lograr posicionamiento SEO en la red social. Se produce un logotipo con el color amarillo y morado, que definen la línea gráfica de la marca y que respectivamente son utilizados en todas las piezas gráficas que se elaboran en el calendario final.

Consecutivamente, se describe la razón e historia de la marca personal, donde se define los servicios que se ofrecerán al público, se analiza la competencia de algunas empresas que se dedican al mismo rubro que Jacqueline García-Creadora Digital y Fotografía. Además, se crean tres perfiles de buyer persona para la eficaz identificación de los objetivos de la marca personal.

Finalizando con la selección del canal digital a utilizar para la difusión del contenido de la empresa. Creando las líneas de contenido que guiarán, el paso final, la producción del calendario de 15 días de la marca personal con copias, piezas gráficas, historias y reels tanto de marketing de contenidos, venta, e interacciones.

1-SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Jacqueline García funciona como una marca nueva, enfocada en los servicios de creación de contenido digital, para emprendedores y organizaciones no gubernamentales que desean innovar y potenciar sus plataformas de marketing como las redes sociales o blogs. Todo inició con el objetivo de abrirse espacio en el entorno digital para llegar a más público y posicionarse en la mente de los clientes potenciales como creadora digital y fotógrafa.

Jacqueline García nació en 2022 para todas aquellas personas interesadas en impulsar, actualizar e innovar sus plataformas digitales, ya sea en ámbito comercial, educativo o social. La creación de contenido digital está acompañado de fotografías propias cuando el caso lo requiera, videos, información escrita y todo lo necesario para crear piezas gráficas. Con el fin de impulsar mi marca y su posicionamiento en redes sociales, especialmente en Facebook. La marca aún no tiene un gran posicionamiento SEO, sin embargo, el plan está en generar Contenido multimedia relacionados a mis servicios como marca personal, para dirigirnos a una audiencia /clientes potenciales y provocar una respuesta, como más seguidores o una visita a la página de Facebook.

Logo de la marca personal:



2- INFORMACIÓN DE LA MARCA

Está formada por una creadora digital y fotógrafa independiente, que trabaja en crear y generar información escrita, audio o visual para las plataformas digitales. Asimismo, se mantiene en constante aprendizaje de formas creativas para crear contenido en diferentes áreas y formatos digitales. Actualmente, cuenta con un diplomado en Community Manager con fin de seguir creciendo como profesional.

Jacqueline García, no cuenta con oficina, por lo cual su manera de operar es a través de redes sociales, realizando contacto por medio de reuniones en las plataformas de Zoom, Meet y Microsoft Teams.

La marca personal busca brindar asesorías óptimas para clientes potenciales tomando en cuenta los parámetros de la situación actual de las empresas o servicios de los clientes. En cuanto a los materiales, Jacqueline García-Creadora Digital y Fotografía, se interesa por cumplir con las expectativas de sus clientes, entregando los productos a tiempo y con excelente calidad digital.

URL de la marca: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100083786602585>

2- DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

2.1- Asesorías Digitales:

Será una conexión virtual donde se brinden soluciones a los problemas que expresen los clientes, guiándolos y ofreciéndoles un social media plan y optimización de la red/Auditoría Social Media. Cada día se hará contacto con el cliente, para realizar un seguimiento oportuno y asegurar una buena implementación de las estrategias que serán propuestas para la creación de contenido en sus plataformas.

2.2- Publicación de posts semanales:

Partiendo de la auditoría Social Media, asignaré un calendario de contenido de acuerdo a la necesidad del cliente. Así, como creadora de contenido publicaré un mínimo de 4-8 entradas (posts) mensuales en redes sociales. Dependiendo de la situación actual del negocio del cliente y la posible contratación en un periodo determinado.

2.3- Diseño de Flyers digital o impresos publicitarios/informativos/promocionales:

Creación de diseños que representen la identidad de la marca de los clientes. La entrega se realizará según propuesta del cliente y cambios que se requieran. En cuanto los formatos se entregarán en JPG y PDF. Dependiendo de la necesidad del cliente.

2.4- Sesiones fotográficas:

Paquete 1: Fotografías de productos

- Ambientación
- Fondos
- Montajes
- Detalles

Paquete 2: Cobertura de eventos

Sesiones fotografías profesionales preproducción, producción y post producción.

3- FODA

3.1- Fortalezas:

- Conocimiento sobre el área de Community Manager, Marketing Digital, Fotografía e inglés.
- Es una marca actualizada en Facebook.
- Habilidades sobre la creación de contenido en diferentes formatos.
- Capacidad para generar confianza en los clientes.
- Ofrece servicios profesionales calificados y de calidad.

3.2- Oportunidades:

- Posicionarse como marca en el área de creación digital y fotografía.
- Que clientes potenciales soliciten mis servicios.
- Colaborar con otras marcas en la creación de contenido con más experiencia.
- Crecimiento profesional para los potenciales clientes

3.3- Debilidades:

- Fijación del precio de venta del servicio.
- Posicionarse como marca en el área de creación digital y fotografía.
- Que clientes potenciales soliciten mis servicios.
- Colaborar con otras marcas en la creación de contenido con más experiencia.
- Poco recurso humano.
- No existen oficinas de atención a los clientes.

3.4- Amenazas:

- Otros creadores digitales son más conocidos a pesar que tienen poco tiempo de darse a conocer.
- Que el tiempo no me alcance para realizar los trabajos.
- Poca experiencia para conseguir clientes y no saber cómo cobrar mis servicios.
- Alta demanda de agencias publicitarias.

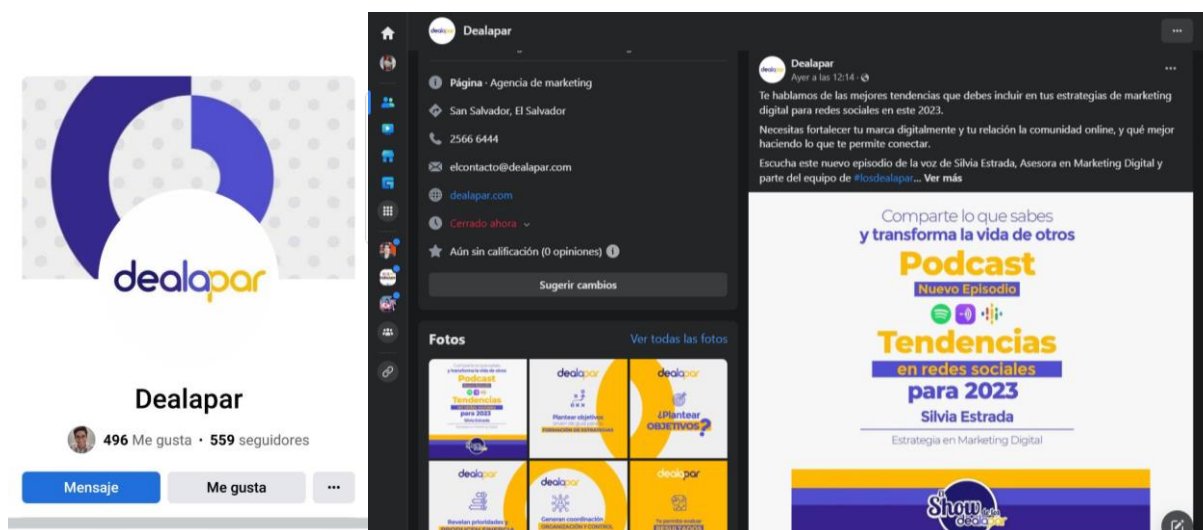
4- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia es un estudio que le permite a una empresa o negocio averiguar que están haciendo sus competidores qué tu no haces y que puede beneficiar a tu negocio. Por ello, Jacqueline García como marca personal realizó un estudio de sus competidores. A continuación se presenta una tabla que incluye a sus competidores Online.

TABLA DE COMPETENCIA

Competidores	Facebook	Instagram	Twitter
Dealapar	Sí	Sí	No
Masivo-Agencia publicitaria	Sí	Sí	No
Nuevas Redes	Sí	Sí	Sí
Clixrama	Sí	Sí	No

4.1- Dealapar



Dealapar es una agencia que se dedica a la creación de contenido digital en redes sociales desde el 6 de abril de 2018.

Su agencia ofrece consultorías sobre temas digitales, como la creación de contenido multimedia y talleres. Estos dos servicios son mostrados en la sección de información relevante.

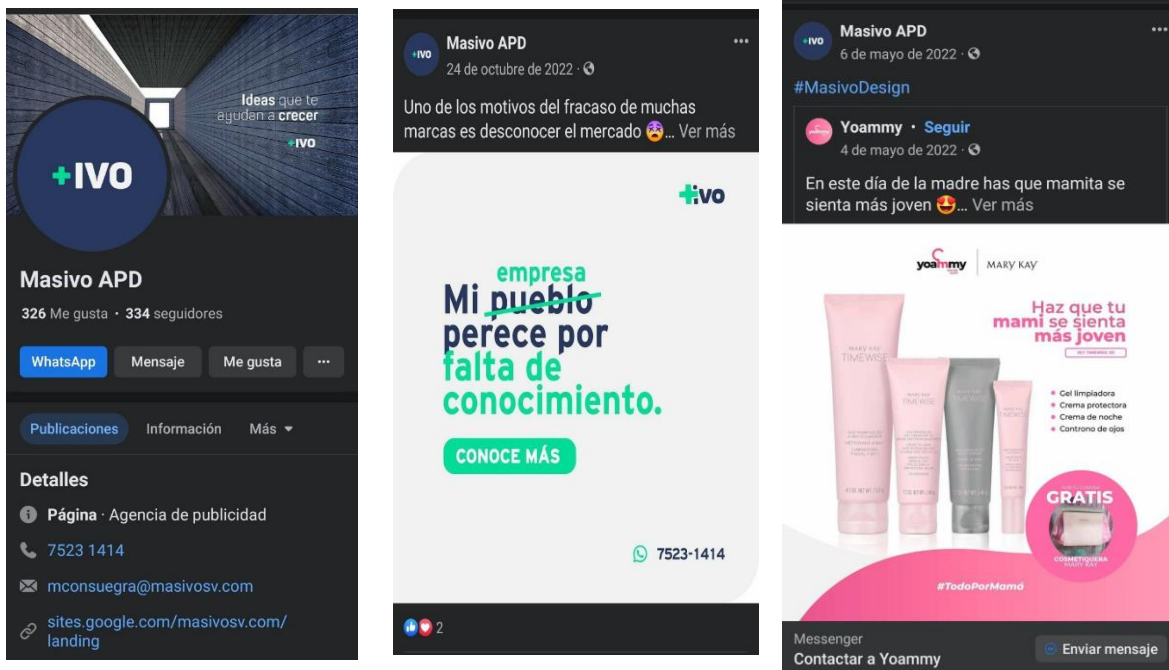
Las publicaciones que realiza Dealapar en su mayoría son de contenido de valor, experiencia de clientes y post promocionales. Considero que tienen un contenido que sigue la regla del 10% en cuanto al contenido promocional, para que su audiencia conozca sobre sus servicios.

En los copies de sus post usan un lenguaje no tan formal que provoca una sensación de cercanía de los usuarios hacia su marca. Asimismo, en los copies de sus post usan de 4 a 9 hashtags y siempre los colocan al final del copy y no utilizan etiquetas, ni hacen repost.

Además, Dealapar tiene una línea gráfica definida desde su inicio en redes sociales. Hasta la fecha su página tiene 557 seguidores y 494 me gustas. Algo positivo de la página, es la activación de menciones, en las cuales, muestran publicaciones positivas de sus clientes a quienes han brindado servicios.

Por otro lado, Dealapar tiene más de 500 seguidores y elaboran mucho contenido, pero a pesar de ello, sus reacciones se mantienen entre 1 a 8 me gustas, así como también no generan muchos comentarios en sus post.

4.2- Masivo-Agencia publicitaria



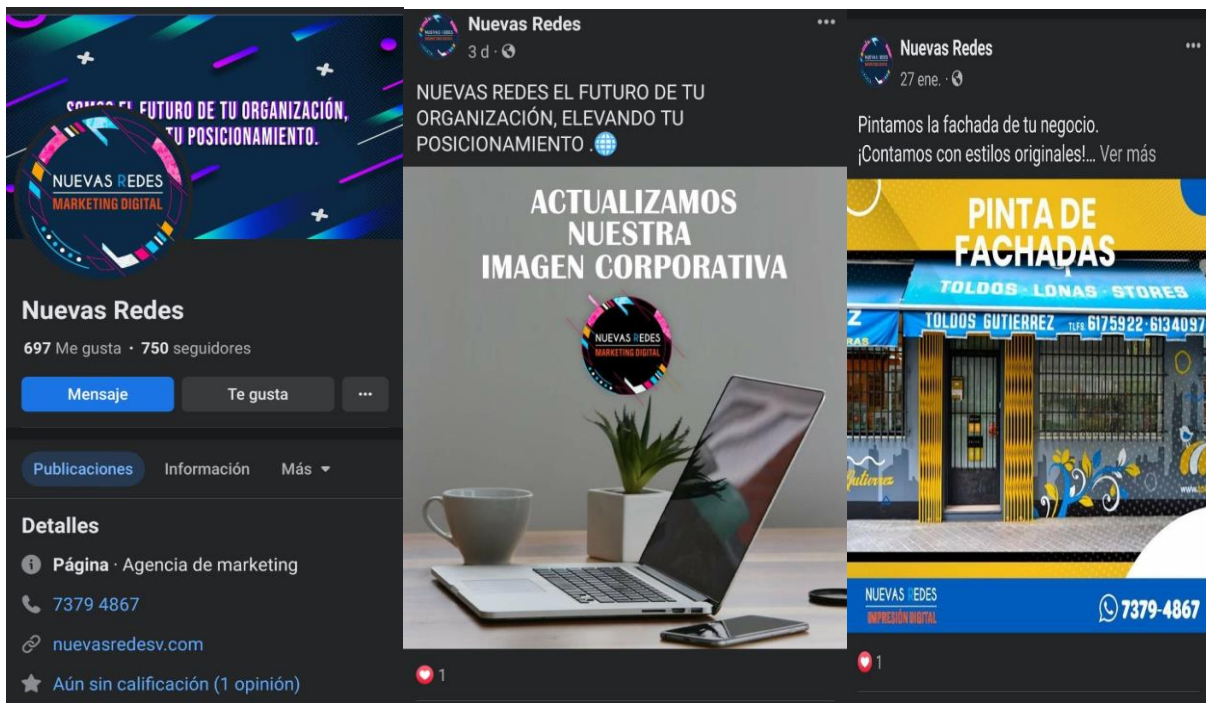
Masivo- Agencia publicitaria es una marca que ofrece los servicios de creación de contenido multimedia, diseño, soporte académico, Community Manager y estrategias publicitarias, para emprendedores y empresas. Con el objetivo que sus redes sociales tengan un alcance alto a través del contenido creativo e innovador.

Sus publicaciones son de contenido promocional de su marca y muestras de trabajos realizados a través de repost, de quienes han sido sus clientes. La página debería de elaborar marketing de contenido para que más personas conozcan de ellos en internet.

Masivo- Agencia Publicitaria fue creada el 9 de abril de 2020, cuenta con 334 seguidores y 324 me gustas. En sus publicaciones, los copies suelen ser muy cortos y a veces solo ponen una palabra y utilizan de 1 a 6 hashtags. Además, sus post tienen pocas reacciones y no tienen

comentarios. Masivo -Agencia Publicitaria podría trabajar en sus copies, puede contar la experiencia al crear contenido para otras empresas, ya que solo hace reposts de sus trabajos elaborados.

4.3- Nuevas Redes

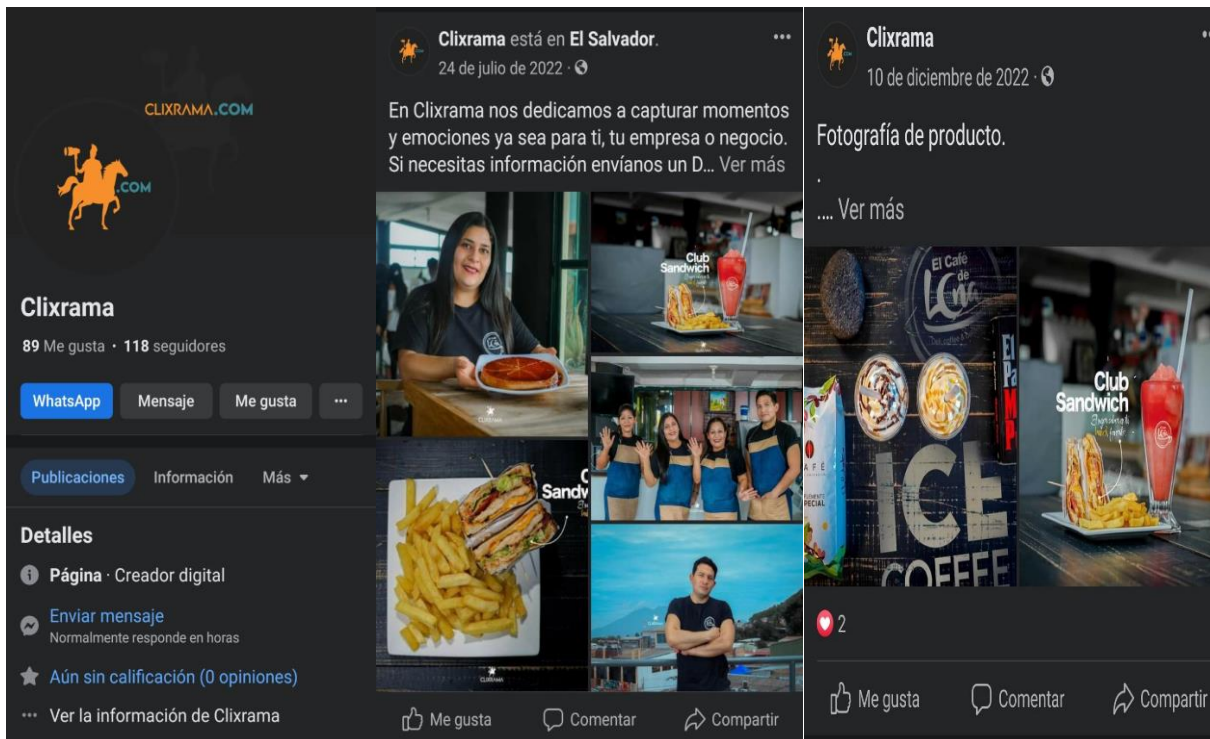


Nuevas Redes es una marca creada el 3 de mayo de 2019 que ofrece los servicios de gestión de redes sociales, marketing digital, diseño, fotografía y videografía.

Cuenta hasta la fecha con 706 seguidores y 666 me gustas. No cuentan con una línea gráfica definida. Sus publicaciones son de contenido promocional, algunas publicaciones de contenido de valor y a veces publican ofertas de empleo a través de repost de otras empresas. Nuevas Redes podrían aumentar el marketing de contenido para que los posts aporten valor y entretenimiento y así atraer nuevos usuarios.

Cabe destacar que esta cuenta realiza post relacionados a los días festivos. Por otra parte, las publicaciones de Nuevas redes en sus copias no hacen mucho uso de hashtags. Ellos podrían utilizarlos más para lograr más posicionamiento en los motores de búsqueda.

4.4- Clixrama



Clixrama es un marca nacida el 16 de octubre de 2021, enfocada en la producción de productos audiovisuales, como la fotos de productos, retratos y de diferentes eventos.

La página cuenta con 69 seguidores y 63 me gustas. Esta cuenta tiene menciones por parte de clientes quienes han solicitado sus servicios. Sus publicaciones se basan en contenido promocional y muestras de trabajos realizados, sin embargo, las publicaciones, no cuentan con un buen copy, ya que a veces solo colocan una frase o palabra y agregan 1 a 5 hashtags y algunas etiquetas.

Además, no utilizan call to action en sus post. La página podría trabajar más en sus copias, implementando la formula AIDA para convencer y persuadir a sus clientes. Las

publicaciones donde muestran sus trabajos deberían escribir sus experiencias para crear confianza y cercanía hacia potenciales clientes.

Clixrama, no crea marketing de contenido, considero que la página debería implementarlo, ya que es una marca algo reciente. El MKT, ayudaría a darle visibilidad, generaría confianza y fidelizaría a sus clientes.

5- BUYER PERSONA

5.1- Carmen Espinoza, Emprendedora

Información Personal

Edad: 56a

Ocupación: Emprendedora

Estado civil: Casada

Nivel Educativo: Bachillerato

Ingresos: \$ 200

Personalidad:

- Extrovertida
- Emocional
- Dedicada
- Visionario



Sinopsis:

Es una mujer de 56 años, que tiene una línea de productos orgánicos para el cabello, ella aún no está familiarizada con el uso de Facebook, por error creó otra cuenta personal para empezar su negocio, ella empezó hacer publicaciones de manera empírica. Carmen quiere asesorías para poder usar su Facebook, así como la creación de marketing de contenido y promocional. Ella quiere ser reconocida en su página de Facebook y que conozcan sus productos.

¿Qué necesita?

Objetivos:

-Publicar fotografías creativas de su nueva adquisición de productos y definir una línea gráfica.

- Crear contenido de valor que oriente a sus seguidores y cliente potenciales a conocer sobre sus productos y temas relacionados sobre los cuidados del cabello.

Temores: No saber usar bien Facebook, no trascender en su página de Facebook.

Solución:

- Crear una estrategia digital de marca personal, para poder elaborar contenido para su página de Facebook.

- Bríndale asesorías sobre las herramientas de Facebook y cómo utilizarlas.

5.2- Eugenio Chávez, Dueño de local

Información Personal

Edad: 37a

Ocupación: Comerciante

Estado civil: Soltero

Nivel Educativo: Bachillerato

Ingresos: \$300 mensuales

Personalidad:

- Introvertido
- Amable
- Planificador
- Visionario



Sinopsis:

Es un hombre de 37 años, que ha empezado su negocio de productos lácteos en el mercado de Quezaltepeque y quiere una sesión fotográfica de sus productos para luego colocarlas en un banner y ponerlo en la parte superior de su local llamado LacteosChávez. Él quiere mostrar qué tipos de quesos vende y así despertar el interés de posibles compradores.

¿Qué necesita?

Objetivos:

-Acercar el producto al comprador y conocer de mejor manera el artículo que desea adquirir.

-Despertar el interés de los posibles compradores.

Temores: Se preocupa por el costo del banner y la sesión fotográfica porque su negocio está empezando a generar ingresos.

Solución:

Plantear su situación actual con el profesional a contratar y así llegar a un acuerdo fiable entre ambas partes.

5.3- Emilio Espín, Gerente de Fundación CORDES

Información Personal

Edad: 60a

Ocupación: Coordinador de Asociación CORDES

Estado civil: Casado

Nivel Educativo: Universidad

Ingresos: \$80

Sinopsis:

Es un hombre de 60 años, nacido en España, él es gerente nacional de una asociación no gubernamental llamada CORDES aquí en El Salvador. Él se encarga de gestionar la contratación de fotógrafos por evento. Él exige que las fotos sean de alta calidad, retoque fotográfico y la colocación del logo de la institución en las fotos.

¿Qué necesita?

Objetivos: Obtener buena calidad fotográfica y que las fotos transmitan un mensaje positivo de sus actividades.

Temores:

Personalidad:

- Optimista
- Serio
- Organizado
- Visionario



- Que el fotógrafo no se puntal tanto para el evento como para la entrega de los materiales.

-Que no obtenga lo que exigió con relación a la calidad fotográfica.

Solución:

- Ofrecer los paquetes fotográficos y garantizarle al cliente que existe un compromiso de parte del fotógrafo.

6- OBJETIVOS

6.1- Generales

- Impulsar el reconocimiento de mi marca personal en Facebook.
- Posicionar la marca en los motores de búsqueda.
- Potenciar las ventas de los servicios brindados por Jacqueline García.

6.2- Específicos

- Crear contenido atrayente que resuelva necesidades e intereses.
- Ampliar el engagement de la marca en la red.
- Promocionar los servicios que ofrece Jacqueline García.
- Aumentar la comunidad Online.

7- CANAL DIGITAL A UTILIZAR

Facebook

Justificación:

He seleccionado a Facebook como canal digital a utilizar, porque es una red social muy usada en los últimos años. De acuerdo con datos de Datare portal, hay 4 millones de usuarios de Facebook en El Salvador, lo que significa que el 79.8% de su población es potencialmente

alcanzable con publicidad desde esta plataforma. Es importante señalar que Facebook tiene muchos beneficios que ayudan a las medianas y grandes empresas, negocios locales y profesionales. Entre ellas, la segmentación, cercanía emocional y aumenta la visibilidad estratégica de la marca.

También se seleccionó Facebook por sus múltiples opciones para crear y subir contenidos: historias, reels, post, encuestas, anuncios, live, etc.

8- LÍNEAS DE CONTENIDO

8.1- Marketing de contenido 70 %

Se utilizará la línea de contenido de marketing de contenido porque Jacqueline García es una marca que está comenzando en Facebook y uno de los objetivos de la marca personal es el reconocimiento y el aumento de su comunidad Online.

Por ello, el marketing de contenido es fundamental porque la técnica permite la producción y distribución de contenido relevante y valioso con el objetivo de llamar la atención de un público objetivo para impulsarlos a ser futuros clientes. Además, el marketing de contenidos se puede adaptar a cualquier formato y en esta estrategia digital, se utilizará en Facebook, por lo tanto, se producirán piezas gráficas, historias, videos y fotografías.

Asimismo, se buscará la optimización de los copies en las publicaciones a través de la redacción SEO que nos ayudará al posicionamiento de la marca en los motores de las búsquedas orgánicas en internet.

8.2- Ventas y servicios 10%

Se utilizará la línea de contenido de ventas porque permitirá producir piezas gráficas específicamente para promocionar los servicios de mi marca personal de forma directa. Se dará

a conocer toda la información de los servicios, incluyendo precios. Se producirán piezas gráficas para promocionar los servicios de asesorías para optimización de redes sociales, servicio de fotografías, creación de contenido y diseños de flyers.

8.3- Interacciones 20%

Se utilizará las líneas de contenido de interacciones e historias porque permitirán generar interacción con las personas de forma creativa para fidelizar al público. Se crearán piezas gráficas e historias con contenido que permita al público interactuar con la página de la marca personal Jacqueline García, ya sea educando o resolviendo alguna duda.

9- KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI's) A MEDIR

- Nuevos seguidores en mi Fanpage. Crecimiento de la comunidad Online.
- Alcance, medir la relevancia de mis posts para seguidores y no seguidores.
- Interacciones, medir el nivel de compromiso e interacción de mi comunidad con mi marca.
- Alcance en historias y reels.
- Número de impresiones.
- Número de clientes satisfechos.
- Número de servicios brindados por mes.
- Conversión, Generación de clientes a través de los servicios ofrecidos.

10- RESUMEN DE LA LOGÍSTICA PARA EL CALENDARIO DE 15 DÍAS

MARKETING DE CONTENIDO	INTERACCIONES	TIPS	VENTAS Y SERVICIOS
¿Por qué es importante crear contenido?	Historias “Qué te gustaría saber sobre crear contenido ”	Consejos para tomar fotografías de productos desde el celular	Asesorías digitales
Beneficios	Encuestas	Recomendaciones	Diseño de post
Datos curiosos sobre logaritmo Facebook	Preguntas	Tips de optimización de redes sociales	Fotografías de producto y eventos sociales
Apps para crear contenido	Marketing de contenido + Interacción	Tips para crear contenido	

 Jacqueline García Creadora Digital y Fotografía		Trabajo a realizar del 1 a 15 de octubre de 2022			
Día	Contenido	Historias	Posts	Video-Reels	Infografía
SÁBADO 1	MKT de contenido	✗	✗		
DOMINGO 2	Frase del día		✗		
LUNES 3	MKT de contenido			✗	
MARTES 4	Venta- Servicios		✗		
MIÉRCOLES 5	MKT de contenido		✗		
JUEVES 6	Interacción	✗			
VIERNES 7	MKT de contenido		✗		
SÁBADO 8	MKT de contenido	✗			
DOMINGO 9	Venta- Servicios		✗		
LUNES 10	Interacción	✗			
MARTES 11	MKT de contenido				✗
MIÉRCOLES 12	MKT de contenido		✗		
JUEVES 13	Interacción	✗			
VIERNES 14	Venta y servicios		✗		
SÁBADO 15	MKT de contenido			✗	

11- CALENDARIO DE CONTENIDO DE 15 DÍAS

El calendario de contenido se realizó a partir de lo mostrado en la tabla anterior, donde se detalla cada uno de los puntos a implementar en la cuenta de Facebook de la marca personal.

El contenido del calendario es el siguiente:




- **Fecha y hora.**
- **Formato de contenido:** Publicación en feed, historias, reels, Instagram TV.
- **Líneas de contenido:** Branding, marketing de contenidos, venta y servicios.
- **Copy:** Texto que acompaña cada publicación con un call to action y el cual puede incluir emojis.
- **Pieza gráfica:** Es el complemento visual de cada publicación, puede ser una imagen
- video.


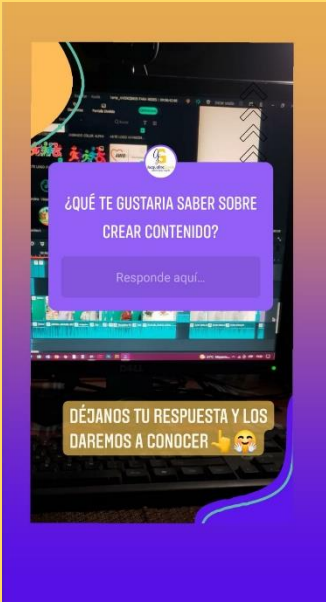

A continuación, se presenta el calendario de contenido de la marca Jacqueline Garcipia por 15 días a partir del 1 al 15 de octubre de 2022.




Contenido Facebook - 1 al 15 de octubre de 2022



Calendarización




Fecha	Horario	Formato de contenido	Línea de contenido	Copy	Hashtags	Pieza Gráfica
Sábado 01/10/2022	8:00: am	Post	Día festivo	¡Aún somos niños! ☐	# FelizDía delNiño	
	11:00 AM	Historia	Marketing de contenido - Interacción			
	5:00 PM	Post	Marketing de contenido	<p>¿Qué gano con crear contenido de valor? ☐</p> <p>Los contenidos de valor atraen a las personas porque ellas están constantemente buscando información. Sí, tu marca o negocio aún no está haciendo contenido de valor, estás perdiendo oportunidades de crecer en internet. ¡Mira este post sobre los beneficios de crear contenido en tus redes sociales! 📌👍</p>	#Atraer #Crear #Beneficios	

<p>Domingo 02/10/2022</p>	<p>11:00 AM</p>	<p>Post</p>	<p>Frase motivacio nal</p>	<p>¡FELÍZ DOMINGO! ☐</p>		
<p>Lunes 03/10/2022</p>	<p>7:00 PM</p>	<p>Video</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¡Tips para tus redes sociales! Sí, estás empezando con tu negocio en redes sociales y no sabes por dónde empezar. ¡Mira este video y toma cuenta estos tips!</p>	<p>#Tips #JacquelineGarcía</p>	
<p>Martes 04/10/2022s</p>	<p>11:30 a.m</p>	<p>Post</p>	<p>Ventas y servicios</p>	<p>¡Diseñamos tus posts en para redes sociales! Más información, WhatsApp 7199-6797.</p>	<p>#Cradora digital #JacquelineGarcía</p>	

<p>Miércoles 05/10/2022</p>	<p>8:45 AM</p>	<p>Post</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¡Consejos para tomar fotografías de productos tu celular! 📱 Gracias al avance de los teléfonos inteligentes, todos tenemos acceso a una cámara que nos ayuda a tomar buenas fotografías. ¡Sácale provecho a tu celular si no cuentas con una cámara profesional. ¡Anímate y sigue estos 4 consejos! 🖱️</p>	<p>#Fotografía #Productos # 4 consejos #celular</p>	
<p>Jueves 06/10/2022</p>	<p>3:30 p.m</p>	<p>Historia</p>	<p>Interacción</p>			
<p>Viernes 07/10/2022</p>	<p>11:30 a.m</p>	<p>Post</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¿Manejas redes sociales para tu negocio? <input type="checkbox"/> Sí, manejas una, tú necesitas un calendario de contenido . Mira este post y descubre cuáles son sus beneficios. ¡Comenta sí, ya lo sabías o dime si no sabes cómo crear uno y te ayudamos! <input type="checkbox"/></p>	<p>#Calendario de contenido #Beneficios</p>	

<p>Sábado 8/10/2021</p>	<p>4:00 p.m</p>	<p>Historia</p>	<p>Marketing de contenido - Interacción</p>			
<p>Domingo 9/10/2022</p>	<p>2:00 p.m</p>	<p>Post</p>	<p>Venta y servicios</p>	<p>¡No busques más! 📧 Asesorías digitales completas para optimizar tu presencia en redes sociales ¿Te animas? ☐</p>	<p>#Asesorías #Optimización #Creador adigital #JacquelineGarcia</p>	
<p>Lunes 10/10/2022</p>	<p>7:00 p.m</p>	<p>Historia</p>	<p>Marketing de contenido - Interacción</p>			

<p>Martes 11/10/2022</p>	<p>4:30 p.m</p>	<p>Infografía</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¿Sabes cómo funciona el algoritmo de Facebook? El algoritmo de Facebook funciona como un efecto en cadena, donde la visibilidad de un post va en aumento desde el momento de su publicación. Una vez que subimos un nuevo contenido, el algoritmo se encarga de calcular el número de seguidores a los cuales le aparecerá en su sección de noticias; porque como verás no le aparece a todo el mundo. ¡Dale un vistazo a la publicación y descubre cómo vencerlo!👍</p>	<p>#Vencerel algoritmo # Facebook</p>	 <p>01 Posiciona aquellos posts que generen más conversación entre amigos.</p> <p>02 Prioriza los videos en vivo, pues suelen tener muchas interacciones.</p> <p>03 Si hay algún post con comentarios extensos recibirá una buena ponderación para el feed.</p> <p>04 Tendrá prioridad el contenido nativo y original.</p> <p>05 El reach de aquellos posts que hagan enlace a otras cosas se reducirá.</p> <p>01 Enfócate en crear contenido que se pueda compartir.</p> <p>02 El contenido visual es el favorito durante esta década.</p> <p>03 Crea grupos en Facebook.</p> <p>04 Crea contenido con la participación de tus seguidores</p>
<p>Miércoles 12/10/2022</p>	<p>9:00 a.m</p>	<p>Post</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¿No sabes dónde crear contenido? Usa Canva, porque es una herramienta gratuita de diseño, que puedes usar en la computadora (o directamente desde el teléfono móvil). En Canva pueden crear diferentes tipos de arte: invitaciones, tarjetas, currículums, presentaciones, carteles, gráficos y, por supuesto, publicaciones para redes sociales. ¡Anímate a usarla!, ¡Comenta, sí quieres saber tips sobre crear contenido en esta aplicación!😊.</p>	<p>#crearcon tenido # Jacquelin eGarcía</p>	

<p>Jueves 13/10/2022</p>	<p>2:30 p.m</p>	<p>Historia</p>	<p>Marketing de contenido-Interacción</p>			
<p>Viernes 14/10/2022</p>	<p>2:30 p.m</p>	<p>Post</p>	<p>Ventas y servicios</p>	<p>¿Quieres fotos que hablen más que mil palabras? JacquelineGarcía ofrece paquetes ideales para tu negocio o tu momento especial. ¡Contáctame vía WhatsApp: 7199-6797! 📷 📧!</p>	<p>#Fotografía #Servicios #JacquelineGarcía</p>	
<p>Sábado 15/10/2022</p>	<p>8:00 PM</p>	<p>Reel</p>	<p>Marketing de contenido</p>	<p>¿Quieres mejor la calidad de tus post en Canva? ¡Mira esta recomendación!</p>	<p>#Creador adigital #JacquelineGarcía</p>	

12- REFERENCIAS

- Bloo.Media.* (1 de Agosto de 2022). Obtenido de Marca personal: <https://bloo.media/blog/que-es-como-construir-potenciar-marca-personal/>
- Clixrama. (18 de Junio de 2022). *Creador Digital.* Obtenido de <https://clixrama.com/>
- Dealapar. (15 de Agosto de 2022). *Lanzadores de negocios digitales.* Obtenido de <https://dealapar.com/>
- Hubspot.* (1 de Septiembre de 2022). Obtenido de Marketing: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>
- IEBS. (10 de Septiembre de 2022). *Qué es el marketing de contenidos y cinco estrategias para aplicarlo.* Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-contenidos-marketing-digital/>
- Masivo-Agencia publicitaria.* (16 de Junio de 2022). Obtenido de @masivosv: <https://m.facebook.com/masivo.sv/>
- Redes, N. (19 de Agosto de 2022). *Marketing Digital.* Obtenido de <https://www.facebook.com/nuevasredesv/>