

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA
PERSONAL: “GONZUMARCA”**

PRESENTADO POR:

CARNÉ

ZULEYMA AZUCENA BELTRÁN GONZALEZ

(BG11015)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL
TÍTULO DE LICENCIADA 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, MARZO DE 2023**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS

VICERRECTOR ACADÉMICO

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO. FRANCISCO ALARCON SANDOVAL

FISCAL GENERAL

LICENCIADO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LI

**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 DE DEPARTAMENTO

MAESTRO. CARLOS ERNESTO DERAS

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS

La travesía hasta este destino ha sido todo un reto, agradezco a ese ser superior que nunca me ha soltado ni desamparado y que me ha acompañado en cada paso que he dado para poder terminar mi educación, en cada etapa iluminó mi camino para no desistir.

También agradezco a mis padres que siempre han estado en pie de lucha para poderme ver culminar esta etapa de mi vida que me ha dejado tanto aprendizaje, mis padres me han dejado la mejor herencia y han estado de manera incondicional con la fe de que pudiera lograr coronar mi carrera universitaria a pesar de las adversidades que hemos enfrentado juntos.

Tras la pandemia del COVID 19, enfermedad a la que nos enfrentamos todos en mi familia incluyéndome y una larga batalla contra las secuelas, puse en manos de Dios poder ser fuerte para terminar mis últimos años de estudio y no doblegar mi espíritu ni caer ante el estado de salud de los mis padres y hermana, pero ese momento me hizo más fuerte para poder lograr por lo que tanto he luchado.

Debo exhortar a todo aquel que lea este trabajo a que luche siempre por la meta ya trazada aun que el camino sea escabroso.

Gracias Madre mía por tu incontable e inagotable esfuerzo.

ÍNDICE

CONTENIDO

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	10
Antecedentes	10
Situación actual	10
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	11
Paleta de colores de la marca:	12
Frasas en Post de la marca:.....	13
HASHTAGS relacionados a partir de un término o palabra clave:	13
SERVICIOS PROFECIONALES DE LA EMPRESA.....	14
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	15
Objetivo General 1	15
Objetivo general 2	16
FODA	17
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	18
1. TIPS Marketing Digital SV	18
2. GRUPO PUBLICITI	20
3. INGENIO	22
4. EMKT Company Agencia Digital.....	24
RESUMEN DE ANÁLISIS.....	25
Competencia	25
CANALES DIGITALES	26
BUYER PERSONA	28
Buyer persona 1	28

Buyer persona 2	29
Buyer persona 3	29
TIPO DE CONTENIDO	30
LÍNEAS DE CONTENIDO	31
KIP'S A MEDIR	32
CALENDARIO DE CONTENIDO	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

RESUMEN

En el presente trabajo se muestra la forma estructural y practica de elaborar una estrategia de marketing digital comenzando de cero, esto es funcional para estrategias como: marca personal, de un producto o si, se presta un servicio para realizar de marketing en la estrategia de un tercero, es importante llevar paso a paso el desarrollo de un proyecto para que pueda servir como herramienta a las diferentes personas o empresas que consulten el plan. En este trabajo podrán encontrar la teoría del correcto uso y desarrollo de las redes sociales y el mundo digital como medio para fortalecer los pilares de un plan de marca que, además, debe ir acompañado de la información en la que se encuentre la empresa o marca, análisis de competencia, como también resúmenes de análisis de los diferentes canales digitales a utilizarse.

Palabras clave: Plan de Marketing; Marketing Digital; Estrategia Digital; Comunicaciones digital, Redes Sociales, El salvador

INTRODUCCIÓN

En el mundo digital existen incontables formas de desarrollarse y expandirse para poder comunicar algo que deseemos, tanto noticias, como para ofrecer un servicio, la venta en diferentes áreas o la compra de un producto específico, esto se ha logrado gracias a las diferentes plataformas digitales que nos permiten llegar a diversos públicos.

Actualmente, el marketing debe entenderse como un concepto empresarial estratégico y global, en que las tecnologías de la información y la comunicación actúan como hilo conductor de la actividad que se realiza para adaptar los productos y servicios a las necesidades, preferencias de los clientes y relacionarse con ellos.

Después de haber enfatizado sobre el avance de las nuevas tecnologías que han permitido gran evolución ahora podemos decir que los medios de comunicación social, la globalización de la economía, la mayor formación e información que tiene el consumidor ahora ha trasado cambios en los hábitos de consumo, según el cual los productos se escogen por el valor añadido que el consumidor percibe que contienen, más que por sus rasgos funcionales.

Por ellos es importante saber cómo llegar a las personas en las diferentes plataformas ya que cada una de ellos concentra segmentación de mercado y es importante elaborar de manera correcta una estrategia que permita impactar en los receptores

Este trabajo “ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: Gonzumarca” muestra paso a paso como elaborar una estrategia digital para marca personal que permita llegar a todo público y utilizar los medios digitales en específico las redes sociales a favor de empresas

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Antecedentes

El proyecto de marca personal “Gonzumarca” comienza en enero del 2022 bajo la orientación y desarrollo del programa de Marketing Digital empleado por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), en la sede ITCA FEPADE Sonsácate, esto permitió conocer las herramientas principales para poder llevar a la realidad una marca personal.

Con ello, se puso a prueba muchos de conocimientos aprendidos en la Universidad de El Salvador, también para poder desarrollar de mejor manera proyectos culturales para el Museo Shafick Handal que se veía en la necesidad de actualizar sus medios, pero también como marca personal “Gonzumarca” se encontraba en constante actualización para poder ofrecer un servicio completo en cualquier espacio laboral.

Con esta base, se pudo lograr la experiencia para posicionar la marca y desarrollar temas con alto nivel educativo dentro de la especialización RRSS y medios digitales de la Licenciatura en Periodismo.

Situación actual

Gonzumarca, Marca personal logro posicionarse a demás, poder crear su logo personalizado y una leyenda que permita identificar los servicios brindados, actualizando su contenido, negocio innovador que surge con la visión de asesorar empresas, organizaciones u otros sectores que se vean en la necesidad de enfrentar el impacto de las nuevas tecnologías.

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa “Gonzumarca”

El nombre se elige bajo dos factores:

1. Nombre de la fundadora: en este caso el apellido GONZALEZ = Gonzu
2. Descriptivo: algo que ayude a identificar a que se dedica y por ellos que mejor que MARCA= marca

El logo debe ser simple, representativo y original, esto favorecerá a la marca ya que además sea escalable, longevo, memorable y relevante para nuestro proyecto permitirá ser único entre tantas marcas




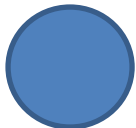
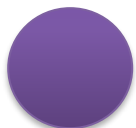
El Logotipo cuenta con los siguientes elementos:

1. Un fondo siempre
2. Colores neutros: blanco, gris, azul, negro
3. Imagen que identifique el trabajo que se realiza
4. Nombre en la parte inferior
5. Una pequeña leyenda: Digital Marketing



Paleta de colores de la marca:

Para todas las empresas es importante la psicología del color, en los medios digitales se analiza el mercado objetivo y ahora más que nunca es importante explotar esta herramienta para transmitir las emociones correctas

	El blanco representa: sencillez y claridad
	Gris: Clasicismo y Poder
	Celeste: Profesional, seguro y confiable
	Azul: Creatividad
	Amarillo: Optimismo y felicidad

Frases en Post de la marca:

La idea parte de la frase que se crea para ofrecer nuestros servicios “Asesoría en manejo y desarrollo de redes sociales para potenciar tu negocio o marca”

1. Potenciar tu marca
2. Asesoría de marca
3. Manejo de redes sociales
4. Community Manager
5. Desarrollo de contenido en redes sociales

HASHTAGS relacionados a partir de un término o palabra clave:

La palabra «hashtag» la podríamos traducir como «etiqueta». Un hashtag es una palabra clave precedida por el símbolo de libra (#) que los internautas utilizan en sus publicaciones en las redes sociales. Los hashtags son una herramienta increíblemente poderosa, que permite que su contenido eclipse a su comunidad de seguidores. Cuando se vinculan a contenido de calidad relevante para su público objetivo, los hashtags pueden impulsar su marca al generar mucha visibilidad para los consumidores deseados. (Herrero, 2022)

Permite hacer un recordatorio al usuario de lo que hacemos, además de posicionar el contenido publicado; este debe ser con 4 características

1. Cortos
2. Original
3. Identificativo
4. Medible

Algunos Hashtags utilizados para potenciar la marca

- Community manager
- Social media manager
- Marca personal
- Estrategia de marketing
- Digital marketing

SERVICIOS PROFESIONALES DE LA EMPRESA

Los servicios profesionales dependerán mucho de las herramientas que se manejan y las habilidades o conocimiento avanzado que se tenga en marketing digital que con el tiempo se pueden ir puliendo mediante la práctica, acá mostraremos algunos servicios más el costo.

SERVICIOS PROFESIONALES *Mensuales*

Paquete de inicio al mundo digital	Paquete Bronce
<ul style="list-style-type: none">Creación de la marca2 redes sociales <i>facebook e Instagram</i>8 Publicaciones mensuales <i>Lunes a viernes</i>2 stories mensuales <i>Lunes a viernes</i>	<ul style="list-style-type: none">Asesoría <i>Pequeñas empresas</i>2 redes sociales <i>facebook e Instagram</i>10 Publicaciones mensuales <i>Lunes a viernes</i>4 stories mensuales <i>Lunes a Sábado</i>Informes y análisis
\$400	\$700

Paquete Plata	Paquete Oro
 <p>Paquete Plata</p>	 <p>Paquete Oro</p> <p><i>grandes empresas u organizaciones</i></p>
 <p>Asesoría <i>medianas empresas</i></p>	 <p>Hasta 5 redes sociales <i>Las que sean de su preferencia</i></p>
 <p>Hasta 3 redes sociales <i>facebook, Instagram, Twitter u otra</i></p>	 <p>25 Publicaciones mensuales <i>Lunes a Sábado</i></p>
 <p>12 Publicaciones mensuales <i>Lunes a Sábado</i></p>	 <p>16 stories mensuales <i>Lunes a Sábado</i></p>
 <p>8 stories mensuales <i>Lunes a Sábado</i></p>	 <p>Interacción con clientes potenciales <i>Lunes a Viernes</i></p>
 <p>Interacción con clientes potenciales <i>Lunes a Viernes</i></p>	 <p>Sorteos</p>
 <p>Informes y análisis mensuales</p>	 <p>Informes y análisis mensuales</p>
 <p>Benchmark</p>	 <p>Benchmark</p>
 <p>Fotos y videos profesionales</p>	 <p>Publicidad</p>
<p>\$1,400</p>	<p>\$2,000</p>

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Objetivo General 1

Posicionar la marca Gonzumarca - Digital Marketing, para dar servicios a diferentes rubros del mundo digital y proporcionar las herramientas necesarias que permitan la sostenibilidad e impulso de una marca

- ESPECIFICO 1.1.

Crear piezas graficas que permitan impactar en los usuario, consumidor o cliente, para lograr entrar en su imaginario y ser recordado.

- ESPECIFICO 1.2.

Construir un grupo de seguidores fieles al contenido y por medio de ellos poder llegar a más personas u otro público que se vea interesado por los servicios de Gonzumarca-Digital Marketing

Objetivo general 2

Obtener la fidelización de clientes mediante los servicios o soluciones que ofrecemos para marcas personales, empresas u organizaciones

- ESPECIFICO 2.1.

Captar clientes explorando contenido que permita la apertura de conversación entre la empresa y los clientes potenciales

- ESPECIFICO 2.2.

Planificar una estrategia de comunicación para presentar los servicios y los beneficios que obtendrían al contratar Gonzumarca – Digital Marketing

FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo. (Flores, 2013)

La información anterior se tomó en cuenta para elaborar el contenido de FODA de Gonzumarca- Digital Marketing

Fortalezas:

- Capacidad de diseño y estrategias
- Dominio en comunicaciones y atención
- Manejo de herramientas audiovisuales
- Proactivos y dinámicos

Oportunidades:

- Necesidad inmediata de servicios para medios digitales.
- Cobertura de los medios de comunicación
- Desarrollar contenido creativo

Debilidades:

- Poco presupuesto
- Pocas personas a cargo del trabajo
- Cartera de servicios limitada
- Mejora de Servicio

Amenazas

- Nuevos competidores
- Cambio de actitud de los clientes
- Competencia actual agresiva.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. TIPS Marketing Digital SV

VALORACIÓN DE CONTENIDO Y DISEÑO

Contenido es dinámico y constante, sin embargo, la redacción es muy larga y con errores en la conexión de ideas

Diseño: las piezas graficas son agradables a la vista, no están cargados, un modelo común con colores llamativos, tiene pocas interacciones y reacciones, no utilizan hashtags para posicionarse, ni palabras claves, utilizan canva

DATOS DE LA MARCA

- Facebook TIPS Marketing Digital SV
- Instagram: @TipsMarketinDigitalSV

Logo:



Perfil de Facebook



Instagram:



2. GRUPO PUBLICITI

VALORACIÓN DE CONTENIDO Y DISEÑO

Contenido: hacen contenido en colores neutros, son dinámicos, pero con pocas interacciones, a pesar de ello tienen más de mil seguidores

Diseño: paleta de colores neutro, alegres afiches y contenido de valor, utilizan programas de Adobe.

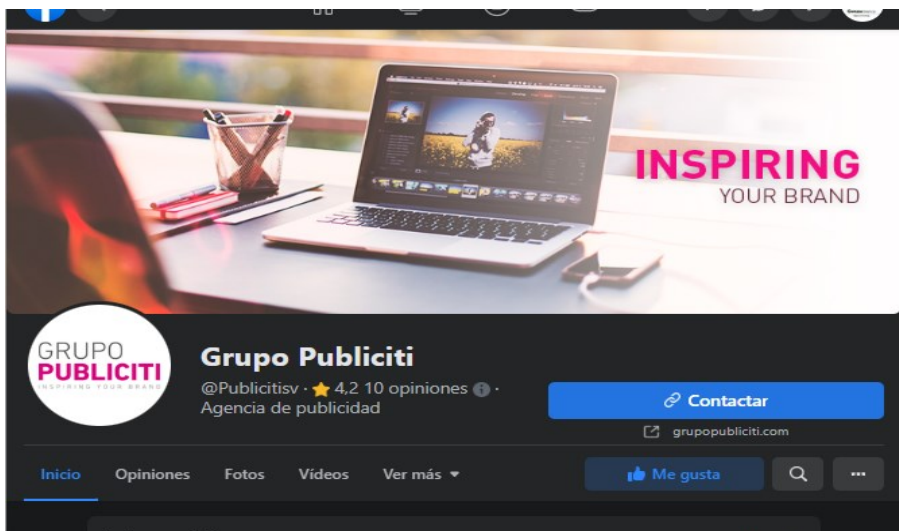
DATOS DE LA MARCA

- Facebook GRUPO PUBLICITI
- Instagram: @Publicitv

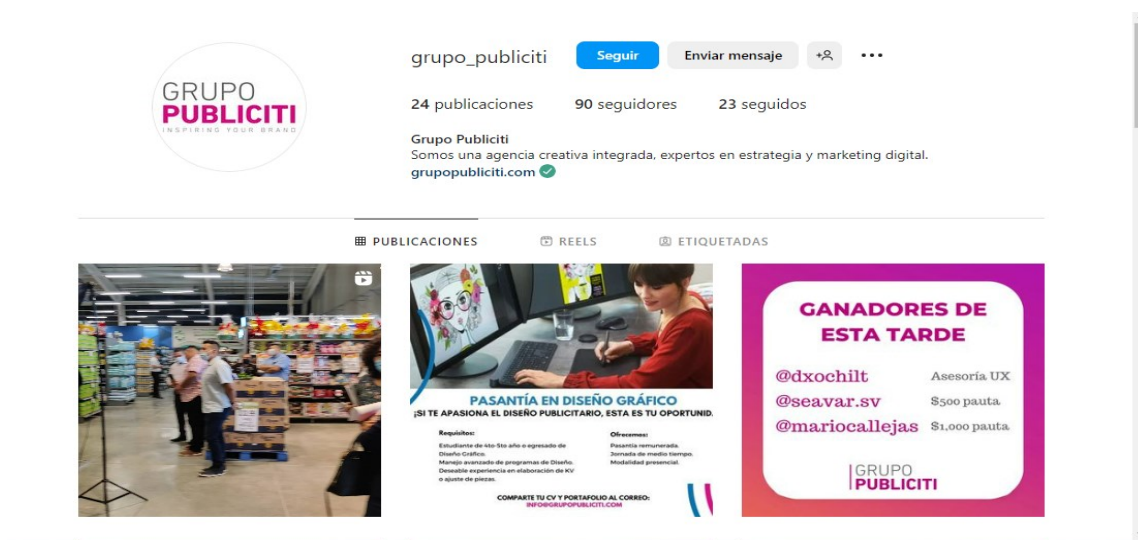
Logo:



Perfil de Facebook



Instagram:



3. INGENIO

VALORACIÓN DE CONTENIDO Y DISEÑO

Contenido: es dinámico, sus publicaciones son de 3 días a 5, también ofrece sus servicios de forma creativa, sin embargo, la redacción es larga y elimina el interés, no usan palabras claves, si usan emoji y no utilizan enlaces o call to action

Diseño: piezas gráficas, pequeños gifs, usan herramientas Adobe, muchas marcas de agua y activos en todas las redes, pero muy pocas interacciones

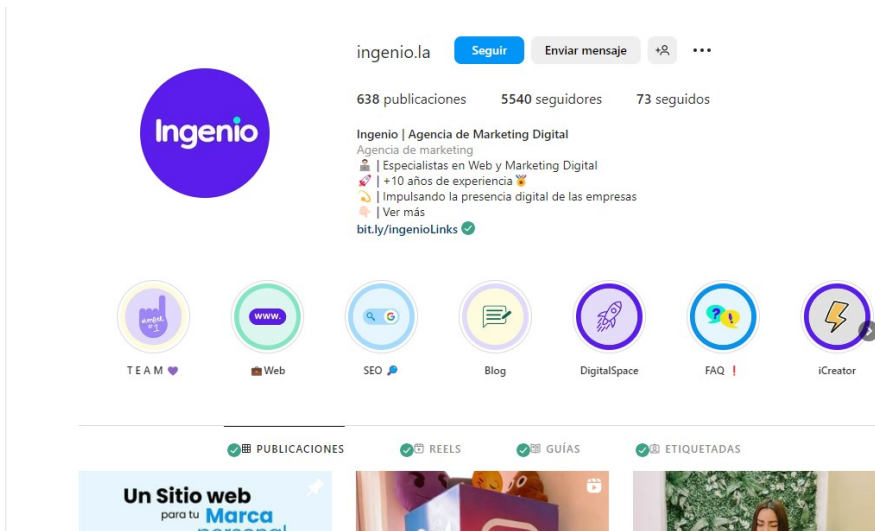
DATOS DE LA MARCA

Instagram: @Ingenio.la

Logo:



Instagram:



4. EMKT Company | Agencia Digital

VALORACIÓN DE CONTENIDO Y DISEÑO

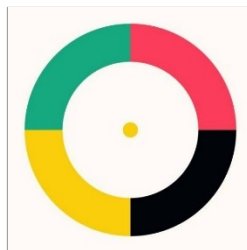
Contenido: en cuanto a redacción es mala, muchos errores y poca capacidad de síntesis, demasiado texto y no hay conexión, no usan nada para poder engancharse a las redes, ni palabras de búsqueda ni nada

Diseño: los colores son alegres, utilizan varias herramientas de edición y elaboración de piezas gráficas, cantidad de seguidores, pero pocas interacciones y buscan aliados

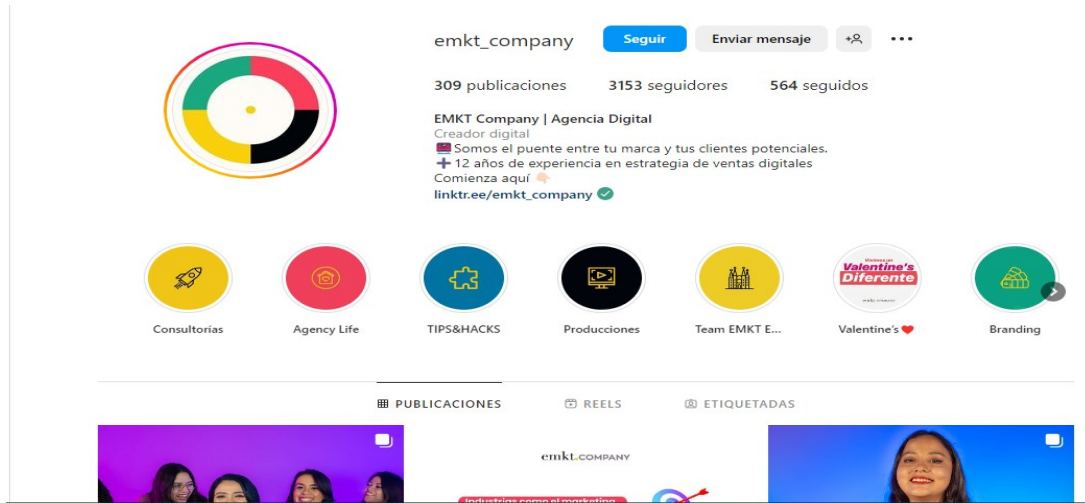
DATOS DE LA MARCA

Instagram: @emkt_company

Logo:



Instagram:



RESUMEN DE ANÁLISIS

Competencia

Teniendo en cuenta el tipo de contenido de las diferentes redes y empresas en el sector de marketing, se puede concluir que la mayoría de las publicaciones son para vender un producto o servicio, en este caso es un servicio que no solo necesita promoción si no también, fidelización de los clientes por medio de publicaciones que den contenido para poder resolver problemas diversos, tips o guías de contenido de valor, a su vez nos sirve como fuente para saber que ofrecer a nuestro público meta en “Gonzumarca- Digital Marketing”

CANALES DIGITALES

Es de vital importancia para nuestra marca tener habiles estos canales digitales, ya que hemos encontrado suficiente material que indica que son las redes sociales mas fuertes y potenciales para el uso y desarrollo de una marca personal y en caso de prestar un servicio continua siendo la base para que empresas conozcan de nuestro trabajo y potencial

El marketing digital es una nueva área de negocios en el mundo del internet si una marca no está en la web simplemente no existe, de ahí derivan los nuevos puestos de trabajo como Community manager y social media manager. Las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram son una nueva forma de llegar al cliente; muchas personas piensan que estos son los medios para poder comercializar un producto, pero también es necesario contar con el apoyo de un sitio web y de e-mail marketing. (BARAHONA PALACIOS, 2016)

Se publico material grafico con contenido de valor que permitiera el aprendixaje a travez de contenido pero sim dejar de lado la venta de un servicio, se busca fidelizar a los clientes y formar gun grupo de seguidores que compartan las ´publicaciones con otro para tener mayor alcance de manera organica.

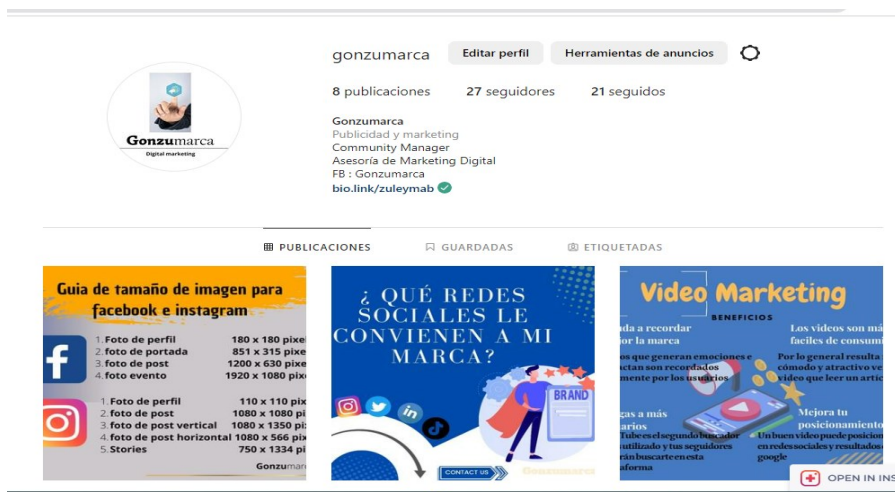
Canal de Facebook:

Facebook es una de las redes sociales más utilizada a nivel mundial, generalmente la gente busca informarse a través de ella y eso permite llegar a varios segmentos o mejor dicho a diferente publico



Canal de Instagram:

Permite elaborar contenido diferente pero además puedo enlazar desde las publicaciones de Instagram, también puedo jugar con un tipo de segmento de mercado, entre joven y adulto



Público objetivo:

Elegimos un rango entre 25 a 34 años y 30 a 45 esto para nuestros Buyer persona, creemos que son edades en las que se pueden tomar decisiones de compra por la independencia financiera además de interesarse en el contenido de valor

BUYER PERSONA

Buyer persona 1: ROSARIO GONZALEZ



The infographic for Rosario Gonzalez is divided into several sections. On the left, there is a profile card with a cartoon illustration of a woman with short brown hair, wearing an orange top, pointing upwards. Below the illustration, the following information is listed: Edad (entre 25 y 34 años), Sexo (femenino), Ocupación (Coordinador en área de comunicaciones), Estado Civil (Soltera), Nivel Educativo (Licenciada), and Redes que consume (Facebook, Instagram, Twitter). The main body of the infographic is titled 'Rosario Gonzalez' and contains the following sections: Herramientas que utiliza para trabajar (1. Programas de procesamiento de texto, 2. Adobe), Necesidades (1. Orientación y ejecución creativa de proyectos nuevos para marca, empresa u organización, 2. Resolución de problemas), Su trabajo se mide en función de (1. cartera de clientes, 2. Generar ingresos), Personalidad (Extrovertida, Emocional, Planificadora, perfeccionista), Responsabilidades laborales (Relaciones y comunicación con el cliente), Canales de trabajo (1. Facebook 30%, 2. correo electrónico 50%, 3. Teléfono 20%), Obtiene información a través de (1. Redes sociales, 2. Capacitaciones Virtuales), Percepción Competencia (1. Uso dinámico de redes sociales obteniendo más clientes, 2. Estrategia de contenido útil para sus seguidores), and Ubicación (San Salvador, El Salvador). The Jefe section lists 'Director de área de comunicaciones'.

Rosario Gonzalez

Herramientas que utiliza para trabajar

1. Programas de procesamiento de texto
2. Adobe

Necesidades

1. Orientación y ejecución creativa de proyectos nuevos para marca, empresa u organización
2. Resolución de problemas

Su trabajo se mide en función de

1. cartera de clientes
2. Generar ingresos

Personalidad

- Extrovertida
- Emocional
- Planificadora
- perfeccionista

Responsabilidades laborales

Relaciones y comunicación con el cliente

Canales de trabajo

1. Facebook 30%
2. correo electrónico 50%
3. Teléfono 20%

Obtiene información a través de

1. Redes sociales
2. Capacitaciones Virtuales

Percepción Competencia

1. Uso dinámico de redes sociales obteniendo más clientes
2. Estrategia de contenido útil para sus seguidores

Objetivos

1. obtener leads
2. percibir ingresos
3. Mantener activa la comunidad en redes sociales
4. Innovar

Jefe

Director de área de comunicaciones

Ubicación

San Salvador, El Salvador

Estos Buyer persona son la representación imaginaria de un cliente potencial, al cual podemos cubrir sus necesidades por medio de nuestros servicios, también permite segmentar la audiencia y crear estrategias a partir de sus necesidades.

Buyer persona 2: DANIEL CORTÉS



Edad
30 a 45 años

Sexo
Masculino

Ocupación
Vendedor

Estado Civil
Casado

Nivel Educativo
Licenciado

Redes que consume
f t

Daniel Cortés

Herramientas que utiliza para trabajar

- office
- Adobe

Necesidades

- Creatividad para elaborar contenido
- resolución de problemas y toma de decisiones

Su trabajo se mide eun funcion de

- Generar ingresos
- Obtener nuevos clientes potenciales

Personalidad

Extrovertido

sistematico

Sociable

Compasivo

Responsabilidades laborales

- Manejar la cartera de clientes

Obtiene infortmación a través de

- Redes sociales
- Reuniones de trabajo
- Reuniones sociales

Objetivos

- Atraer nuevos clientes
- Obtener ingresos
- posicionar la empresa

Canales de trabajo

- correo electrónico 50%
- Telefono 50%

Percepción Competencia

- mejores capacidades para atraer clientes
- uso excesivo de publicidad en RRSS

Jefe

Gerente General

Miedos

- No concretar planes
- no llegar a la meta
- miedo a los cambios

Buyer persona 3: ROSARIO GONZALEZ



Edad
30 a 45 años

Sexo
Masculino

Ocupación
Vendedor

Estado Civil
Casado

Nivel Educativo
Licenciado

Redes que consume
f t

Marisol Nuñez

Herramientas que utiliza para trabajar

- office
- Adobe

Necesidades

- Creatividad para elaborar contenido
- Desarrollo de marca
- Análisis de Contenidos

Su trabajo se mide eun funcion de

- Generar ingresos
- Obtener nuevos clientes
- Generar contenido

Personalidad

Introversa

Respetuosa

Cariñosa

Puntual

Responsabilidades laborales

- Manejar empresa familiar

Obtiene infortmación a través de

- Redes sociales
- Reuniones con amigos

Objetivos

- Iniciar su negocio
- Atraer clientes
- Obtener ingresos mensuales

Canales de trabajo

- correo electrónico 50%
- Whatsapp 50%

Percepción Competencia

- Obtienen ingresos por medio de redes sociales
- Gran mercado

Jefe

Es su propio jefe

Miedos

- Que no funcione la empresa
- Tener perdidas

TIPO DE CONTENIDO

Planificación:

- Hacer diseño de material con Infografías
- Gif
- Piezas gráficas con contenido de valor
- Promover los servicios que ofrece la marca.

Ejemplo:




LÍNEAS DE CONTENIDO



LINEAS DE CONTENIDO

Mk de contenidos	Contenido de valor	Servicios	Recomendaciones
Marketing	Publicaciones que resuelvan problemas	Creación de logos	Datos importantes a usarse en publicaciones
Atraer audiencia	Que ayuden a iniciar un negocio	Creación de marca personal	Que no hacer en marketing digital
Transformar visitantes en lead	Educar sobre un tema	Elaborar contenido para tu marca	¿Por que buscar asesoría profesional?
Beneficios de contratar servicios community	Consejos de marca	Asesoría	Pequeños metodos para mejorar tu marca
¿Cómo posicionar una marca?	Importancia de estar activo en redes sociales	Interacción con clientes	Conocer al publico objetivo

KIP'S A MEDIR

 KPI'S			
<p>Objetivo General 1</p> <p>Contribuir con el contenido a los usuarios, consumidores o clientes, para lograr entrar en su mente y ser recordado.</p>	<p>Objetivo General 2</p> <p>Elaborar contenido de valor que permita el desarrollo de nuestros seguidores</p>	<p>Objetivo Especifico</p> <p>Potenciar tu negocio con estrategias que vayan acorde a la segmentación de mercado a la que pertenezca tu empresa</p>	<p>Objetivo Especifico</p> <p>Captar clientes explorando nuevas lineas de contenido que permita la apertura de conversación entre la empresa y los clientes potenciales</p>
<p>1. Alcance de publicaciones</p> <p>2. Identificar zonas geográficas especifica (San Salvador)</p>	<p>1. Numero de interacciones</p> <p>2. Los clientes comparten el contenido en sus redes</p>	<p>1. Conocer al publico meta, o el buyer persona establecido</p>	<p>1. Alcance orgánico en periodo de tiempo determinado</p>

CALENDARIO DE CONTENIDO

Este contenido se elaboró para los momentos en los que mejor responda la audiencia, además de hacer más dinámica las redes que se estén utilizando, esto permitirá que la marca se visibilice por medio de los recursos gráficos, Gonzumarca - Digital Marketing; busca seleccionar el contenido que sea más útil para la publico meta.

La propuesta de calendario está elaborada para 15 días máximo en dos plataformas diferentes, Instagram y Facebook

- **Tiempo de calendarización:** Quincenal.

- **Red social:**
 - Instagram / @Gonzumarca

 - Facebook: Gonzumarca

Las publicaciones se harán diariamente utilizando diversos formatos para ambas redes

- **Keywords a utilizadas:**
 - Marketing Digital




 - Marketing tips


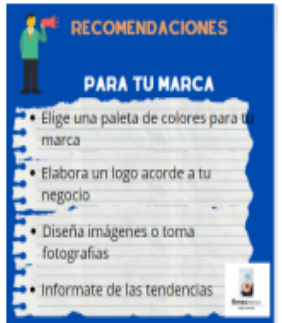

 - Asesoría de Marketing



 - Community Manager

 - Marca Personal SV

Calendario Semanal Facebook 03 de al 18 Octubre 2022




Calendarización						
Día	Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	COPY	Descripción GRAFICA (Click a la imagen)
Lunes	03. Octubre 22	2:00 p. m.	post	Interacciones	<p>☹️ Si no tienes Tik Tok, ¿ Qué esperas para crearte una cuenta? Esta cuenta es de gran ayuda para tu marca personal o negocio Ya que su contenido es fácil de consumir ¿Te apuntas? 🚀 #TikTokparamarcas #Communitysv</p>	
	10. Octubre 22	7:00 p. m.	Reels	MK de contenidos	<p>👤 Hay muchas formas de potenciar tu marca o negocio Déjalo en manos de expertos Contáctanos si quieres posicionar tu marca, somos tu mejor opción 🖱️ #communitymanagersv #posicionamientidemarka</p>	
	17. octubre 22	1:00 p. m.	Story	Contenido de valor	<p>✉️ Una de las formas de estar más cerca de tus clientes es con WhatsApp Esta aplicación te permitirá interactuar de forma inmediata, además de asegurarte clientes potenciales. 📱 Por su rapidez y capacidad abonas en la forma que te ven tus clientes WhatsApp Business es tu aliado ✉️ # WhatsAppBusiness #marketingdigital</p>	

Martes	04. Octubre 22	2:45 p.m	video	servicios	<p>📍 Tu negocio necesita un empujoncito Conoce nuestros servicios, te ayudaremos a posicionarte en las redes sociales Recuerda si no tienes redes tu negocio no existe 🚀 #somosGozumarca #Digitalmarketing #Serviciosdemarketingdigital</p>	
	11. Octubre 22	7:00 p.m	gif	recomendaciones	<p>🔗 Imaginas cómo se vería diseñada tu marca en redes sociales Y buscas concretar esa idea, ten encuesta estas recomendaciones 🚀 #tipsmarketing #digitalmarketin #communitymanagersv</p>	
	18. Octubre 22	2:00 p.m	post	MK de contenidos	<p>💡 Deseo comenzar a crear mi marca personal. Pero tengo inconvenientes con este abarque. Recuerda que todo comienza con una idea solo debes buscar las personas y la información correcta. 🚀 #marcapersonal #maketingdigital</p>	

Jueves	06. Octubre 22	6:45 p. m.	Story	Interacciones	<p>🚀 Es inicio de semana. Tus seguidores y compradores potenciales están esperando por ti ❤️ ¿Estas listo? #ecommercesv #contenidodigitalsv</p>	
	13. Octubre 22	07:00 p.m	Reels	Contenido de valor	<p>📌 Estas listo para emprender con tu marca en redes sociales Tienes tu producto, pero aun dudas si podrás tener ganancias Aquí te dejo datos importantes para tomar en cuenta si ya tienes tus productos o servicios a disposición del público 👉 Es importante definir una estrategia #contenidodevalorsv #marketingdidital</p>	
	20. Octubre 22	1:00 p. m.	post	servicios	<p>📌 El contenido que presentas a tus clientes en redes sociales es muy importante Este será tu carta de presentación, depende de ti como explotar las herramientas necesarias para lograr impactar. Si tienes problemas con edición y elaboración de piezas gráficas ¡Nosotros somos tu solución! 👉 Escribenos... #contenidoparamarca #communitymanager</p>	



Viernes	07. Octubre 22	2:45 p. m	gif	servicios	<p>☹️ ¿Conoces de los beneficios de los nichos de mercado? Todas las marcas buscan a sus clientes potenciales Para ello, debes tener en cuenta que es importante saber a cuál pertenece tu negocio, a cuál se adapta tu producto o servicio 🏠</p> <p>#nichosdemercado #comprasoline #contenidodevalor</p>	
	14. Octubre 22	1:00 p.m	post	MK de contenidos	<p>🚀 ¿Aun no sabes cómo crear contenido de calidad? Las fechas importantes son optimas para el comercio online, es indispensable asesoría la de expertos. El contenido en los medios digitales presenta características particulares a cualquier otro medio, delega este trabajo a profesionales para crezcas como nunca 🏠</p> <p>#contenidodigital #Contenidodecalidad #digitalmarketinsv</p>	
	21. Octubre22	1:00 p. m.	Story	recomendaciones	<p>🏠 Recomendación del día Poner atención a las demandas de tus clientes es crucial para fidelizar a tu público. Hay 5 datos importantes que harán tu vida ecommerce más fácil 🚀</p> <p>#Ecommercev #clientespotenciales #contenidodemarca</p>	

Calendario Semanal de INSTAGRAM 03 de al 18 Octubre 2022

Calendarización						
Dia	Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción GRAFICA (CLICK A LA IMAGEN)
Lunes	03. Octubre 22	8:00 a.m	feed	Mk de contenidos	<p>📌 Estas convencido de crear una marca para tu producto o empresa. ¡Asesórate con nosotros! Antes de comenzar planea y convierte el reto de marca en una oportunidad. 📌 #Creativaddigital #marketingsv</p>	 <p>Visualízalo Antes de crearlo</p> <p>Antes de ejecutar tu proyecto, planea, asesorate y cambia</p> <p>Buscamos → f Instagram Gonzumarca</p>
		6:00 p.m	Reels	Servicios	<p>📌 Conoce nuestros planes para potenciar tu negocio en redes sociales Puedes escoger el que se acomode a tus necesidades No esperes más y comunícate con nosotros 📌 #plandemarketin #estrategiademarcasv</p>	 <p>MARKETING PLAN</p> <p>Marketing de contenidos DE LUJO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de contenidos ✓ Distribución pagada u orgánica ✓ Blog ✓ Análisis de audiencia y más <p>✓ Diferentes planes profesionalizados para tu marca</p> <p>★★★★★</p> <p>Buscamos → f Instagram Gonzumarca</p>
		8:00 a.m	Stories	Interacciones	<p>📌 los canales de comunicación permiten el flujo de información y contacto personalizado con tus clientes</p>	 <p>¿Cuál canal de comunicación prefieres?</p> <p>f Instagram</p> <p>Buscamos → f Instagram Gonzumarca</p>
	17. octubre 22					

Martes	04. Octubre 22	9:00 a.m	feed	Contenido de Valor	<p>👉 El Branding personal es muy importante si quieres diferenciarte del resto Muestra tus habilidades, esas que te hacen diferentes a otros Dale un motivo para que te enligan a ti 🐦</p> <p>#Brandingpersonal #marcapersonalsv</p>	
	11. Octubre 22	8:00 a.m	stories	Interacciones	<p>👤 Si tienes alguna duda sobre nuestros servicios puedes escribirnos También estamos en Facebook como @Gonzumarca Será un gusto atenderte 🐦</p>	
	18. Octubre 22	8:00 a.m	reels	Recomendaciones	<p>👉 Recomendación del día Crece con tu perfil de Instagram dinamizando las conversaciones entre tus clientes y tú.</p> <p>Estas acciones ayudarán a generar interés de tus seguidores a demás de la preferencia 🐦</p> <p>#recomendacióndemarketing #marcapersonal</p>	

Miercoles	06. Octubre 22	8:00 a.m	stories	Recomendaciones	<p>🚀 Utilizar hashtags es una de las mejores formas de conseguir mayor visibilidad Para tus fotos o videos 📸</p> <p>Se trata de optimizar el uso, elige los apropiados para tu contenido 📍</p> <p>#contenidodevalor #usodehashtags #communitumanager</p>	
	13. Octubre 22	8:00 a.m	Reels	Servicios	<p>🚀 Uno de los problemas mas frecuentes es el tiempo y dedicación que toma la administración de redes sociales. Muchos desisten de querer crear más de una red, por eso ofrecemos nuestro servicio para el manejo de tus redes, manteniendo la comunicación constante con tu comunidad 📍Escribenos!!!</p> <p>#administraciónderedessv #redessociales #digitalmarketing</p>	
	20. Octubre 22	12: 00 m.d	feed	Contenido de Valor	<p>🔍 Google AdWords es perfecto para lograr tus objetivos dependiendo de cada tipo de negocio. Puedes ir modificando información según tus necesidades Aprovecha las herramientas gratuitas que ofrece Google para dinamizar tu marca o negocio 📍</p> <p>#googleadwords #herramientasdemarketing #digitalmarketing</p>	

Viernes	07. Octubre 22	8:00 a.m	Reels	Servicios	<p>☐ ¿Quieres conocer las métricas de tu negocio o asesoría para tu marca?</p> <p>¿Qué esperas? Escribe a nuestras diferentes redes 📩</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificamos tus publicaciones -KPI's -Creamos tu Marca -Planificamos estrategias <p>#plandemarca #asesoriademarketingsv</p>	
	14. Octubre 22	9:00 a.m	Feed	Mk de contenidos	<p>¡De Éxito!</p> <p>Soy marca es una estrategia pensada fidelizar a tus clientes Ya que puedes usar un sentimiento o una razón para compartir con tus seguidores o clientes potenciales convirtiendo esto en Branding personal</p> <p>¿Qué sentimiento te produce crear y desarrollar tu marca? 🍷</p> <p>#brandingsv #marcapersonal #digitalmarketingsv</p>	

	21. Octubre22	8:00 p.m	Stories	Recomendaciones	<p>👉Recomendación del día Crea tu catálogo de venta de producto o servicio para mejorar la experiencia de tus clientes. Permitirá la venta directa y rápida Ojo 📌 debe ser creado según las necesidades de tu segmento de clientes o tipo de negocio</p> <p>#catálogoventas #marketingsv</p>	
Sábado	8. Octubre 22	8:00 a.m	feed	Mk de contenidos	<p>☐ La creatividad es clave para la elaboración de contenido digital Socializar con tus clientes nos permite marcar el rumbo Tus ideas con nuestro conocimiento y experiencia te llevará al objetivo ☐ Crea, imagina y Construye #digitalmarketing #gonzumarcasv #creatividaddigitalsv</p>	
	15. Octubre 22	12:00 m.d	stories	Interacciones	<p>📩¿Eres de los que no saben por donde comenzar y quieres potenciar un marca o negocio? Es tu oportunidad Daremos respuestas a tus preguntas a la brevedad posible 📩</p>	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARAHONA PALACIOS, G. L. (21 de 06 de 2016). *Universidad de El salvador, Sistema*

Bibliotecario. Obtenido de Universidad de El salvador, Sistema Bibliotecario:

<https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/14943/1/Tesis%2001032017FinalOriginal.pdf>

Flores, T. G. (01 de 01 de 2013). *universidad de Veracruz*. Obtenido de universidad de veracruz:

<https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>

Herrero, M. (28 de Junio de 2022). *Escuela del Interner By Nomonalia*. Obtenido de Escuela del

Interner By Nomonalia: https://www.escueladeinternet.com/la-importancia-de-los-hashtags-para-impulsar-tu-negocio/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=la-importancia-de-los-hashtags-para-impulsar-tu-negocio