

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



TÍTULO

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE LA
MARCA PERSONAL “MARJORIE GARCÍA-FOTÓGRAFA”**

PRESENTADO POR:

CARNÉ:

MARJORIE LISBETH GARCÍA SOSA

(GS16017)

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

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE
GRADUACIÓN**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

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

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

FRANCISCO ALARCON

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 SESIÓN

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

ÍNDICE

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	8
URL DE LA MARCA:	9
LOGO DE LA MARCA:	9
COVER DE LA MARCA	10
OBJETIVOS DE LA MARCA	11
Objetivos generales	11
Objetivos específicos	11
KPI'S	12
INFORMACIÓN DE LA MARCA	13
FODA	15
REDES SOCIALES DE LA MARCA	16
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	17
BUYERS PERSONA	20
LÍNEAS DE CONTENIDO	24
CALENDARIO DE CONTENIDO	26
REFERENCIAS	31

RESUMEN

La creación de la marca personal, Marjorie García-Fotógrafa, nace de una periodista y fotógrafa independiente que busca posicionar su marca de fotografía profesional en el país y que logre sobresalir por su experiencia en el área de fotografía de Eventos Sociales, por su profesionalismo, su buena edición y resolución de alta calidad en la elaboración de contenidos y al mismo tiempo aporte ideas nuevas y frescas para sus clientes. La marca, cuenta con objetivos, logo, cover, identificación de la competencia, así como el análisis FODA, que corresponde a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que esta posee. Asimismo, se creó un calendario de contenidos que se pensó en detalle para aumentar el número de seguidores y generar mayor interacción. La marca cuenta con servicios de fotografía para eventos de belleza, fiestas y fotografías de boda, siendo el último su servicio principal. Además se crea contenido visual para publicar en la red social de la marca.

Palabras clave: Marketing Digital; Facebook; Fotografía de Eventos Sociales; KPI's; Contenido de Valor; Pauta Digital; Inbound Marketing; Buyer Persona.

INTRODUCCIÓN

Con el paso de los años, la tecnología ha avanzado a pasos agigantados y en la actualidad, las redes sociales se han posicionado como una de las preferidas de las audiencias, por lo que el Marketing Digital es clave para impulsar la imagen y los servicios de las empresas y los negocios pequeños.

Tomando en cuenta que, la población se mantiene comunicada por medios digitales, como las aplicaciones de Google, los buscadores y las redes sociales y que todo ello se realiza de manera masiva, esto abre la posibilidad de ofrecer los servicios a más personas. Es por ello, que la estrategia que se presenta en las páginas siguientes, explica paso a paso la elaboración de la marca, comenzado por su historia y su construcción, como resultado de lo aprendido durante el curso de especialización, donde nació la marca Marjorie García-Fotógrafa.

Las estrategias de Marketing Digital son un componente ideal para atraer a los consumidores tanto para generar interacciones como ofrecer productos y servicios que den como resultado una venta y posicionamiento de la marca. Al finalizar el trabajo, se presenta el calendario de contenido que se creó para mejorar las interacciones en la red social de la marca.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

“Marjorie García”, es una marca reciente que está enfocada en la fotografía de “Eventos Sociales”, que nace con el objetivo de innovar y ampliar sus servicios como fotógrafa profesional, adaptándose a las nuevas herramientas digitales, específicamente en la plataforma de Facebook.

Con la visión de aportar más que solo un servicio, la marca busca crear contenidos ilustrativos y visuales que le permitan tener un mayor alcance con su audiencia y un mejor posicionamiento en el área de la fotografía de bodas, como su servicio principal.

Además, se visualiza como público meta a parejas que están en planes de casarse y a personas que realizan eventos de belleza que requieran servicios profesionales de fotografía.

Por el momento, la marca tiene poco posicionamiento SEO, esto debido al corto tiempo desde su creación. Sin embargo, se están realizando publicaciones con Contenido de Valor y Copys que atraigan nuevos seguidores, reacciones y comentarios en la página de Facebook.

URL DE LA MARCA:

<https://www.facebook.com/Marjorie-Garc%C3%ADa-102328975921939>

LOGO DE LA MARCA:



COVER DE LA MARCA



MARJORIE GARCÍA
FOTÓGRAFA

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales

- Elaborar contenidos que permitan la interacción en la red social de Facebook
- Alcanzar los 250 seguidores en la red social de Facebook, en los próximos seis meses.
- Promover los servicios fotográficos para “Eventos Sociales”, en la red social de la marca.

Objetivos específicos

- Elaborar piezas gráficas con buena edición y resolución.
- Crear contenido de valor que atraiga a la población joven de la red social Facebook.
- Hacer publicaciones de las sesiones fotográficas realizadas para dar mayor credibilidad sobre el trabajo como “Fotógrafa Profesional”.
- Publicar periódicamente para mantener una interacción constante con la audiencia.

KPI'S

Conocido por sus siglas en inglés como Key Performance Indicator. Son aquellos indicadores que permiten medir el desempeño de una estrategia dentro de una empresa o negocio.

Los KPI'S son de gran importancia, sin embargo, para sacarle el mayor provecho a ello, primero se debe tener claro qué y para qué se necesitan monitorear dichos temas, una vez se tienen claras estas interrogantes, se procede a ponerlo en práctica.

Algunos de los KPI's que se han tomado en cuenta son:

1. **Generar fidelización con la audiencia:** creando publicaciones visuales de las sesiones fotográficas realizadas para dar mayor credibilidad al trabajo.
2. **Mejorar el engagement:** obtener un mayor número de comentarios, reacciones y compartidos.
3. **Mejorar la exposición de los servicios:** publicando las diferentes sesiones fotográficas con diferentes temáticas, que sean capaces de llamar la atención de los usuarios.
4. **Crecimiento en la red social de la marca:** nuevos seguidores en Facebook.

INFORMACIÓN DE LA MARCA

Marjorie García, es una marca nueva enfocada en la fotografía social, con presencia en la red social de Facebook, cuyo objetivo es destacar entre los diferentes fotógrafos que existen en el país y al mismo tiempo crear temáticas diferentes para las sesiones de fotografía.

La marca consta de una fotógrafa independiente, que brinda sus servicios fotográficos para eventos, además de darle tratamiento a los contenidos en programas de edición y en alta resolución.

La marca, Marjorie García-Fotógrafa, ofrece tres servicios de fotografía de Eventos Sociales, los cuales son:

- Bodas.
- Eventos de Belleza.
- Fiestas.

1. Paquete Boda:

Pensado para todas aquellas parejas que están a punto de casarse y quieren conservar los recuerdos más importantes de su gran día y están interesados en adquirir servicios de fotografía profesional que les brinden ideas nuevas y diferentes para su sesión de bodas.

El paquete incluye una sesión fotográfica de la novia, otra de los novios y la cobertura de todo el evento con un total de 80 fotografías de buena calidad, entregadas de manera digital y 40 impresas, además de una fotografía impresa de 18 x 24 cm.

2. Paquete Beauty:

Este servicio es para todos aquellos eventos locales, de fiestas patronales en el que predominan las elecciones de reinados de un municipio.

Consiste en la cobertura fotográfica de un evento de belleza, en la que el cliente desea capturar los mejores momentos con fotografías con colores vibrantes que sean capaces de contar una historia.

3. Paquete fiesta:

Este paquete está pensado para fiestas infantiles en la que los padres buscan preservar los momentos más memorables de sus hijos y fiestas de 15 años, en el que se brinda el servicio de fotografía enfocado en la quinceañera y cada punto que se desarrolle durante su fiesta.

FODA

Por sus siglas en inglés FODA significa “Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, es una estrategia que se utiliza para identificar las oportunidades de mejora dentro de una empresa o institución.

El análisis FODA, permite identificar los puntos fuertes y débiles que tiene una institución o empresa y con ello planificar de manera correcta su crecimiento.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● La marca se mantiene actualizada con las funciones de Facebook.● Se tiene conocimiento y experiencia en fotografía profesional.● Experiencia en la creación de contenidos interactivos.	<ul style="list-style-type: none">● Posicionarse como una marca reconocida de fotografía profesional en el país.● Alcanzar una buena cantidad de seguidores en la red social.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">● Es una marca nueva de fotografía.● Se tienen pocos seguidores en la cuenta.	<ul style="list-style-type: none">● Existen muchas páginas que ofrecen servicios de fotografía en el país.● Otras marcas ya tienen una gran cantidad de seguidores.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Después de realizar un amplio análisis sobre el impacto y el alcance de las diferentes redes sociales que existen en la actualidad, se determinó que la red social que encajaba de la mejor manera con la marca “Marjorie García” es Facebook, esto debido a que el público previsto busca sus servicios en una red confiable y que saben utilizar y por ello la prefieren.

Otro de los motivos para elegir Facebook, es por la diversidad de herramientas para crear publicaciones y mantenerse en constante interacción con sus públicos, lo que permitirá la expansión de la marca entre las otras páginas que ofrecen sus servicios de fotografía en el territorio salvadoreño.

Además, la red social ofrece excelentes herramientas que posibilita diseñar una mejor estrategia, ya que cuenta con reels, en vivos, música para volver más dinámicas las historias lo que aumentará las visualizaciones y las reacciones en la página.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este apartado se hizo un análisis con respecto a las marcas de fotografía de Eventos Sociales que se consideran como competencia, para la marca Marjorie Garcia.

Con el objetivo de que la página aumente su alcance e interacciones, se analizaron diferentes páginas de fotografía para comparar sus estrategias de Marketing Digital y qué puntos positivos tienen y cuáles no han funcionado y por qué.

Es un análisis de las estrategias, debilidades y fortalezas sobre las empresas que tienen la misma idea de negocios que la nuestra. Al terminar, se realiza un balance final para comprobar cuáles de ellos son competencia directa.

En el siguiente apartado se presentan los resultados del análisis y las páginas que se determinaron como competencia directa.

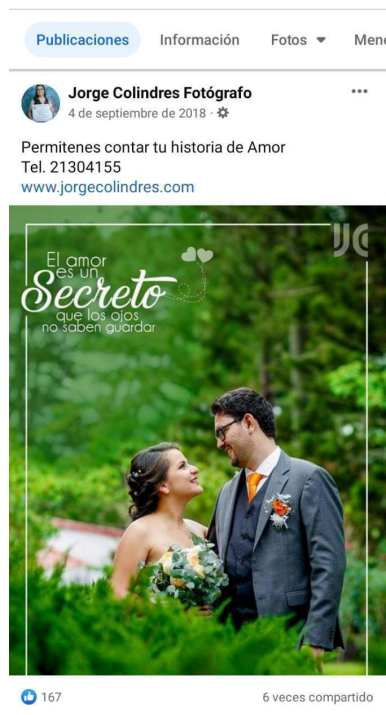
Jorge Colindres (Fotógrafo de Bodas)

Es una página personal de fotografía que cuenta con 4.7 mil seguidores en Facebook. Los servicios que brinda son fotografías de eventos sociales, en las que predominan las fotografías de bodas.

Su última publicación fue el 27 de junio de 2022 y la anterior a esa fue en febrero de 2022. La publicación con más interacciones, fue el 4 de septiembre del 2018, con 167 likes y 6 compartidos.

Es una cuenta personal de fotografía de Eventos Sociales, en las que predominan las bodas y 15 años.

Cuenta con un gran número de seguidores, con un total de 4.7 mil, sin embargo, no tienen logo ni cover para reconocer la página y no suben contenido de manera constante lo que ha provocado que disminuyan sus interacciones.



Tu fotógrafo SV (Fotógrafo de Eventos Sociales)

Es una página personal de fotografía de Eventos Sociales, que cuenta con 2.8 mil seguidores en Facebook. Sus servicios principales son las fotografías de bodas y 15 años.

Sus publicaciones con más interacciones fueron el 20 de febrero de 2022 con fotografías de boda, obteniendo 74 reacciones; y el 1 de diciembre de 2021, con otra sesión de pre-boda, obteniendo 116 reacciones.

La página cuenta con una cantidad muy buena de seguidores, con un logo que los identifica. Además, publican fotografías de excelente calidad y ofrecen servicios de fotografía de bodas y de 15 años, principalmente.

Tú Fotógrafo SV
20 feb. · 🌐

FOTOGRAFIA Y VIDEO PARA TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES
Realizaras un evento especial proximam... Ver más

Tú Fotógrafo SV
Somos un negocio de fotografía y video...
74

WhatsApp +503 7505 3696

Tú Fotógrafo SV
1 de diciembre de 2021 · 🌐

Momentos inolvidables, lugares maravillosos y especiales.. permitenos formar parte de ellos y ayudarte a conservar el recuerdo por la e... Ver más

Tú Fotógrafo SV
Somos un negocio de fotografía y video...
116 3 comentarios

WhatsApp +503 7505 3696

Pixel Estudio Bodas & Eventos

Es una página personal de fotografía de Eventos Sociales, que cuenta con 6.5 mil seguidores en Facebook. Sus servicios principales son las fotografías de Bodas y Pre-Bodas.

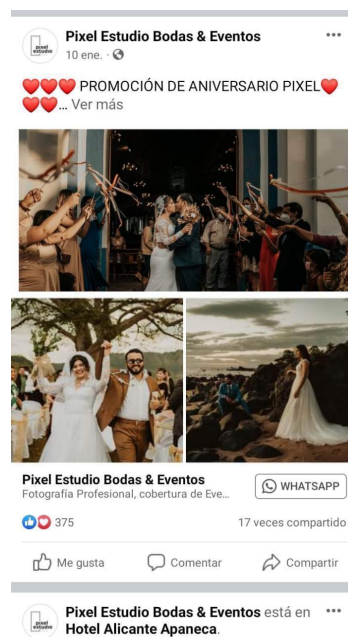
Sus publicaciones con más interacciones fueron el 30 de diciembre de 2021, con fotografías de pre-boda, obteniendo 7 reacciones, 2 compartidos y 1 comentario; y el 10 de enero de 2022, con un total de 375 reacciones y 17 compartidos.

-La página cuenta con una gran cantidad de seguidores.

-Cuenta con un logo que los identifica.

-Publican fotografías de excelente calidad.

-Ofrecen servicios de fotografía de bodas y pre-bodas, principalmente. Sin embargo, sus publicaciones son escasas, sólo tienen una publicación con una gran cantidad de reacciones, las demás cuentan con pocas reacciones y comentarios.



BUYERS PERSONA

Los Buyer persona son los clientes que se tienen previstos para que adquieran nuestros productos o servicios, son una representación ficticia de los clientes ideales que se esperan.

Para descubrir a los buyer persona es necesario realizar una investigación de mercado, teniendo claro lo que buscamos según los lineamientos previstos en nuestra marca.

Los buyer persona, son los que nos permite medir los comportamientos e intereses que estos poseen, lo que será un punto clave para crear contenido que llame su atención y al mismo tiempo nos permita posicionar la marca y ofrecer nuestros servicios.

Con todo lo descrito anteriormente, los buyer persona de la marca, Marjorie García-Fotógrafa son los siguientes:

Buyer persona 1:



KARINA ESTRADA

Mujer de 27 años, que se casará en 3 meses y necesita un fotógrafo/a para que le haga una sesión de fotos junto a su esposo y que además tome fotografías de toda su boda, ya que quiere conservar esos preciados momentos.

PERSONALIDAD

- ✓ Extrovertida.
- ✓ Perfeccionista.
- ✓ Alegre.
- ✓ Sensible.

TEMORES Y OBSTÁCULOS

- Que la pareja no quede satisfecha con el servicio brindado.
- Que la novia o el novio no estén de acuerdo en la dinámica de la sesión de fotos.

SOLUCIÓN

Reuniones previas con los novios para explicarles las poses, planos y ángulos que se pueden utilizar para la sesión de fotos.

Edad: 27 años
Estado Civil: Soltera.
Ocupación: Ingeniera Civil.
Dónde vive: Casa Propia.
Ingresos: \$1,500.

MG
MARJORIE GARCÍA
FOTÓGRAFA



KARINA ESTRADA

Mujer de 27 años, que se casará en 3 meses y necesita un fotógrafo/a para que le haga una sesión de fotos junto a su esposo y que además tome fotografías de toda su boda, ya que quiere conservar esos preciados momentos.

Fanpage:
<https://www.facebook.com/Marjorie-Garc%C3%ADa-102328975921939>

OBJETIVOS

- Tomar fotografías en alta calidad que reflejen el sentimiento de los novios y los invitados.
- Realizar una sesión fotográfica solo de los novios, en la que ellos puedan sentirse cómodos con los diferentes planos y poses.

IMPRESIONES NEGATIVAS

"Invertir en un fotógrafo profesional es muy caro".



Buyer persona 2:



VIRNA ROSALES

Mujer de 40 años, trabaja como Directora de una Institución Educativa, y necesita una fotógrafa que cubra el evento "Soberanía 2022" que se realizará en sus instalaciones, para elegir a la reina que representará a los estudiantes.

Edad: 40 años.
Estado Civil: Casada.
Ocupación: Directora.
Dónde vive: Casa propia.
Ingresos: \$1,100.

PERSONALIDAD

- Extrovertida.
- Audaz.
- Alegre.
- Sociable.

TEMORES Y OBSTÁCULOS

Que las fotografías no generen el impacto deseado.
Que el trabajo realizado no sea del agrado del cliente.

SOLUCIÓN

Reunirse con la cliente antes del evento para solventar dudas y consultas sobre el servicio que requiere.



VIRNA ROSALES

Mujer de 40 años, trabaja como Directora de una Institución Educativa, y necesita una fotógrafa que cubra el evento "Soberanía 2022" que se realizará en sus instalaciones, para elegir a la reina que representará a los estudiantes.

Fanpage:
<https://www.facebook.com/Marjorie-Garc%C3%ADa-102328975921939>

OBJETIVOS

- Tomar fotografías en alta resolución para que puedan ser publicadas en la redes sociales de la Institución Educativa.
- Realizar fotografías que cumplan con lo solicitado por el cliente.

IMPRESIONES NEGATIVAS

"No considero muy necesario pagar tanto sólo por fotografías".



LÍNEAS DE CONTENIDO

Las líneas de contenidos son las que nos permiten segmentar la información, para atraer a una mayor cantidad de público que se interesa por un solo tema y a dar mayor diversidad a nuestras redes sociales, además, nos permite delimitar lo que se desea mostrar.

Actualmente, la red de la marca es Facebook y esta cuenta con herramientas que enriquecen las publicaciones, en vivos y reels, por lo que aportan más posibilidades de tener un mayor alcance y profesionalismo en las publicaciones. Las líneas de contenido a desarrollarse son las siguientes:

- **Branding**

Se eligió ésta línea de contenido, porque la marca es totalmente visual, y se quiere crear "*confianza*" con las audiencias a través de contenidos con historias que permitan que las audiencias se visualicen con ellas. Para este apartado se pensó en crear piezas gráficas de las sesiones de boda en la que se cuente una parte de la historia de cómo se conocieron los novios.

- **Marketing de contenidos**

Se ha previsto utilizarlo debido a que la marca acaba de iniciar en la plataforma de Facebook y con ello se busca tener un mayor alcance de seguidores por medio de la creación de contenido de valor que llame la atención de los públicos meta, por medio de historias, reels, publicaciones, fotografías, etc.

- **Venta y servicios**

Se ha elegido esta línea debido a que la marca "**Marjorie García**", busca ofrecer sus servicios como fotógrafa profesional de "Eventos Sociales" de la siguiente manera.

- Publicar piezas gráficas creativas.
- Presentar el horario de trabajo.
- Ofrecer asesorías a los posibles clientes para despejar dudas y responder preguntas.
- Elaborar promociones en fechas especiales.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Para la realización del calendario de contenidos, se hizo un proceso previo para determinar las líneas de contenido de la marca y su segmentación, al mismo tiempo se tenía claro al público que se esperaba atraer, para adquirir el servicio de fotografía para eventos sociales.

Es por ello que el calendario de contenidos es tan esencial en la estrategia de marketing, ya que nos permite adelantarnos en la elaboración de publicaciones atrayentes y con ello se minimiza el llegar a cometer errores, tanto de ortografía como de diseño o por no saber qué publicar.

La marca Marjorie García- Fotógrafa, realizó su calendario por un periodo de 15 días, en el que se le dará seguimiento para determinar la cantidad de visualizaciones e interacciones va obtenido y al mismo tiempo comparando con las métricas de la publicación anterior.

A continuación, se presentan los diferentes contenidos de la marca, cuya duración de 15 días a partir del 3 al 21 de octubre de 2022.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

OCTUBRE DE 2022





FECHA	HORA	CONTENIDO	LÍNEA DE CONTENIDO	COPY	PIEZA GRÁFICA
LUNES 03/10/2022	8:30 a.m	Post de Facebook.	Marketing de Contenido	¿Quieres mejorar tus fotografías?📸 Aquí te compartimos algunos elementos que te ayudarán 📸📷	

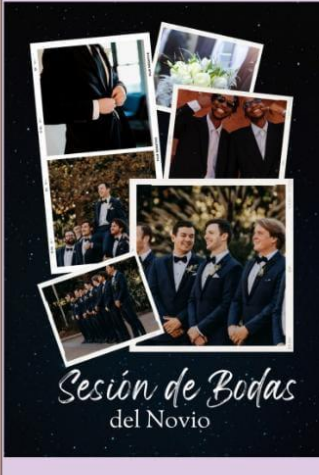
MIÉRCOLES 05/10/2022	1:00 p.m	Historia de Facebook.	Interacciones		
-------------------------	----------	-----------------------	---------------	--	--


Jueves 06/10/2022	9:00 a.m	Post de Facebook.	Marketing de Contenido	Sesión de fotos de la pareja, Valle Guardado. 📷 ♂	
----------------------	----------	-------------------	------------------------	---	--


Lunes 10/10/2022	9:00 a.m	Video.	Venta	Te dejamos un ejemplo de cobertura de Pre-Boda. 📷 ♀ Una excelente opción para tu gran día. ¿Te animarías a hacerlo? 📷 👩 📷 📷	
---------------------	----------	--------	-------	--	--


Martes 11/10/2022	1:00 pm	Marketing de Contenido	Post de Facebook.	Conoce las fotografías que no deben faltar en tu boda. 📷	
----------------------	---------	------------------------	-------------------	--	--

<p>Miércoles 12/10/2022</p>	<p>1:00 pm</p>	<p>Marketing de Contenido</p>	<p>Post de Facebook.</p>	<p>¿Sabías que los aniversarios de bodas tienen nombre? ¿No? Aquí te contamos cuáles son 🤔</p>	<p><i>Aniversarios de Bodas</i></p> 
<p>Jueves 13/10/2022</p>	<p>1:00 p.m</p>	<p>Marketing de Contenido</p>	<p>Post de Facebook.</p>	<p>Las fotografías de detalle son las que permiten resaltar pequeñas partes de una persona o un accesorio.📷📷📷</p>	<p>Fotos de detalle para Boda</p> 
<p>Viernes 14/10/2022</p>	<p>8:00 a.m</p>	<p>Venta</p>	<p>Post de Facebook.</p>	<p>¿Necesitas un fotógrafo?</p>	 <p>¿Necesitas una fotografía que pueda preservar tus valiosos momentos? No lo pienses más y contrata a:</p> <p><i>Marjorie Garcia</i></p> <p>Fotógrafa profesional de eventos sociales.</p>
<p>Lunes 17/10/2022</p>	<p>3:00 p.m</p>	<p>Historia de Facebook.</p>	<p>Interacciones</p>		

Martes 18/10/2022	10:00 a.m	Marketing de Contenido	Post de Facebook.	La sesión de fotos del novio guarda las emociones del novio, amigos y familiares. 📷	 <p>Sesión de Bodas del Novio</p>
----------------------	-----------	---------------------------	-------------------	--	--

Miércoles 19/10/2022	2:00 p.m	Marketing de Contenido	Post de Facebook.		 <p>Las sesiones de fotos se realizan con las personas más importantes para los novios</p>
-------------------------	----------	---------------------------	-------------------	--	--

Jueves 20/10/2022	8:00 a.m	Marketing de Contenido	Post de Facebook.	Cada pareja tiene su propia historia, y nosotros estamos para ayudarte a contarla.	 <p>ELIGE TU FAVORITO</p>
----------------------	----------	---------------------------	-------------------	--	--

<p>Viernes 21/10/2022</p>	<p>1:00 p.m</p>	<p>Historia de Facebook.</p>	<p>Interacciones</p>		 <p> <i> Sesiones de Boda en la playa</i> ¿Te animarías? <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No </p>
-------------------------------	-----------------	------------------------------	----------------------	--	---

REFERENCIAS

- *¿Cómo definir tus líneas de contenido?* (2020, September 1). Fée Guedez.
Retrieved March 14, 2023, from <https://feeguedez.com/crea-lineas-de-contenidos/>
- Galiana, P. (2022, February 2). *Cómo hacer un análisis de la competencia para dominar el mercado*. IEBS. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.iebschool.com/blog/como-hacer-estudio-competencia-nicho-de-mercado-marketing-estrategico/>
- Molina, D. (2021, September 20). *Buyer persona: qué es y cómo crearlo en cinco pasos*. IEBS. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.iebschool.com/blog/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketing/>