

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



TÍTULO:

**Estrategia de Marketing Digital
“Cristabel Rivera, Relacionista Pública & Digital Marketing”**

PRESENTADO POR:

BRENDA CRISTABEL MARROQUIN RIVERA

CARNÉ

(MR17004)

**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, 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

INGENIERO FRANCISCO ALARCON.

FISCAL GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN.

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

DECANO

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS.

VICEDECANA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE
SERRANO.

SECRETARIO

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.

INDICE

Contenido	N° de Página
RESUMEN	7
INTRODUCCION	8
SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA	9
INFORMACION DE LA EMPRESA	10
Mis servicios:	10
1. Consultorías y Asesorías Personalizadas.	11
2. Cursos en Línea.	11
3. Community Manager.	12
Objetivo comercial.	12
OBJETIVOS	13
General 1	13
General 2	14
FODA	15
Análisis FODA	16
ANALISIS DE LA COMPETENCIA	18
Redopt SV Digital Marketing Strategist.....	18
Nilsmarketing	20
Consultora en Relaciones Públicas.....	22
André Yancor Rocché, Comunicador Social y Relacionista Público.	24
BUYER PERSONA	26
CANALES DIGITALES A UTILIZAR.....	29
Facebook www.facebook.com	29
LinkedIn https://www.linkedin.com/in/cristabel-rivera-5858b1243	29
¿Por qué no se seleccionaron otras redes sociales?	30
LINEAS DE CONTENIDO	31
1. Branding.	31
2. Educación.	31
3. Interacción.....	31

4. Servicios.....	31
KPI's.....	33
Objetivo General 1	33
Objetivo Especifico	33
KPI'S a Medir	33
Objetivo Especifico	33
KPI'S a Medir	34
Objetivo General 2	34
Objetivo Especifico	34
KPI'S a Medir	34
Objetivo Especifico	35
KPI'S a Medir	35
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	36
Facebook	36
LinkedIn	38
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	40

RESUMEN

En el siguiente trabajo, se desarrollan los pasos a seguir para poder crear una marca personal y luego darla a conocer al público, haciendo uso de herramientas digitales como: redes sociales, internet, teléfonos móviles, computadoras, entre otras y técnicas que han sido aprendidas a lo largo de la especialización permitiendo un desarrollo efectivo. Este plan permite ayudar a personas que empiezan a impulsar su marca personal, emprendimiento o quienes ya cuentan con uno, pero no saben cómo hacer crecer su negocio o mejorarlo, todo esto es posible gracias a la implementación del Marketing Digital herramienta que hoy en día ha tomado gran auge no solo para negocios online sino para quienes tienen su negocio físico. Para poder ver resultados primeramente se debe diseñar una estrategia digital, pensando en la información de la empresa o persona que prestará el servicio como en este ejemplo, asimismo se debe pensar en los objetivos los cuales guiarán todo el trabajo y así definir el tipo de contenido que se quiere publicar junto a las redes sociales que se utilizarán. Una estrategia de marketing permite posicionar en el mercado deseado a una marca, un profesional, un artista, etc. Que quiera vender sus productos o servicios en el mundo digital, hasta lograr convertirse en un referente en las redes sociales e internet.

Palabras clave: Asesorías; Marketing Digital; Posicionamiento; SEO; Estrategia Digital; Comunicaciones; Fidelización; Redes Sociales; CTA; KPI's; Relaciones Públicas.

INTRODUCCION

Seguramente en una institución o empresa alguna vez se ha escuchado de las Relaciones Públicas, pero, ¿qué son en verdad? Se dice que las Relaciones Públicas conocidas por sus siglas RRPP, son un conjunto de estrategias que establecen una relación beneficiosa entre las empresas o instituciones gubernamentales, con el público.

Hasta la fecha muchas de estas entidades se han quedado estancadas en la forma tradicional de poner en prácticas las RRPP, pero esto ha ido cambiando con el paso del tiempo, especialmente la con la evolución del internet y el mundo digital.

Es así como en la actualidad el área digital es el mercado que muchas personas o entidades están sabiendo aprovechar para lograr vender sus productos y servicios, así como mejorar la comunicación con su público. Por eso desde hace algunos años las RRPP y las Redes Sociales (RRSS) se han entrelazado permitiendo que hoy en día las Relaciones Públicas sean más impactantes, ya que las RRSS han permitido una comunicación e interacción permanente con un público más amplio. Lo que ayuda a las organizaciones a ser más atractivas y accesibles.

Es por ello que se ha creado Cristabel Rivera Relacionista Pública & Digital Marketing, para dar a conocer el paso a paso de una estrategia digital impulsando la nueva forma de crear relaciones entre una organización con los públicos, sin olvidar la forma tradicional de trabajar sino adaptarla a la era digital y no quedarse atrás en el avance de la tecnología por el contrario saber aprovechar estas herramientas con las tendencias que vienen surgiendo con ella.

SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA

Me identifico como Relacionista Pública, quiero llevar las Relaciones Públicas al siguiente nivel, es decir, a la era digital, por lo que junto al marketing digital poder ayudar a una institución o empresa a presentar una buena imagen ante sus públicos tanto externos como internos.

Además, quiero darles a demostrar que en la actualidad existen muchas herramientas que pueden ayudar a las organizaciones a posicionarse en internet y que permiten destacar sus servicios, resolver problemas, tener mayor alcance y público fidelizado, entre otras cosas que se pueden lograr.

Como Relacionista Pública he identificado la siguiente competencia y referentes: Redopt SV Digital Marketing Strategist, Nilsmarketing – Coach de Community Managers, Consultora en Relaciones Públicas y Relacionista Público.

La marca va empezando a surgir por lo que aún no se han realizado muchas publicaciones. Hasta la fecha solo se tiene una fanpage en Facebook y una cuenta en LinkedIn, las cuales se está buscando la estrategia para poder optimizarlas para SEO, cabe resaltar que aún no se cuenta con un sitio web.

INFORMACION DE LA EMPRESA

Cristabel Rivera Relacionista Pública & Digital Marketing nace de la creatividad y la curiosidad, ya que desde un inicio de la carrera me llamó la atención este campo específicamente cuando curse la materia de Relaciones Públicas y después de ella vinieron otras asignaturas que me motivaron a descubrir el área en la cual me quería enfocar.

Desde que realice las horas sociales en una institución pública asimismo con la ayuda de la especialización me motivó y animó a dedicarme al mundo de las Relaciones Públicas y el Marketing Digital, donde predomina la creatividad con el mundo de las redes sociales. Al poder descubrir las deficiencias de la institución donde hice las horas sociales; después de una asesoría entendí que este campo me permitirá desarrollar mejor mi conocimiento adquirido, ya que es lo que me gusta y me llama la atención, fue ahí donde pensé, por qué no dedicarme profesionalmente a esta área.

Por lo tanto, quiero ayudar a las organizaciones aplicar las relaciones públicas con la ayuda de las herramientas digitales, demostrarles que hoy en día hay nuevas formas de generar estrategias las cuales resultan más factibles que las empleadas en la forma tradicional; con mis ideas frescas y creativas voy a sobresalir entre la competencia aplicando las últimas tendencias.

Hasta el momento solamente yo conformo el equipo de trabajo y la responsable de echar andar este proyecto, para poder posicionar mi marca profesionalmente.

Mis servicios:

- Consultorías y Asesorías Personalizadas.
- Cursos Online.

- Community Manager.

1. Consultorías y Asesorías Personalizadas.

Este servicio está pensado para clientes como gerentes de empresas o instituciones que no tienen tiempo para recibir cursos en línea, tienen sus objetivos definidos, pero no saben cómo hacer, y necesitan una persona que los asesore en poder ejecutar sus objetivos o ayudarles a definir las metas que quieren lograr junto al proceso que deben seguir; apoyándose de las redes sociales u otras herramientas digitales.

Como la marca va iniciando aún no se ha definido el precio del servicio, sin embargo, este se adaptará según la necesidad y el tiempo que requiere el cliente u organización que lo solicite.

2. Cursos en Línea.

Los cursos en línea serán sesiones impartidas a los empleados de una institución o empresa para para orientarlos en cómo saber tratar con sus públicos internos y externos, brindándoles estrategias y sugerencias que puedan poner en práctica en su área laboral. Dichos cursos se impartirán fines de semana o en horarios nocturnos.

De igual manera, como se va iniciando con la marca no hay precio definido, pero este dependerá según la duración del curso, las horas, el tipo de contenido y la cantidad de personas.

3. Community Manager.

Para jefes de comunicaciones o empresas que necesiten apoyo en las redes sociales se ha pensado en el servicio de Community Manager y de esta manera ayudarles en la gestión y manejo de las redes sociales.

El precio del servicio se definirá si lo necesitan permanente, con el sueldo que ofrece la institución o empresa. Por otra parte, como un servicio por un tiempo limitado en el cual al cumplirse los objetivos se terminaría el contrato, en este último caso aún no hay un costo definido por lo mismo que la marca va iniciando, sin embargo, se tomará en cuenta el tiempo y las actividades que se tengan que realizar para poder establecerlo.

Cabe mencionar que el servicio al igual que su costo se podrá adaptar según sean las metas del cliente y presupuesto con el que éste cuente.

Objetivo comercial.

Vender mis servicios como Relacionista Pública y generar clientes potenciales tanto nacionales como internacionales.

OBJETIVOS

General 1

Posicionar la marca Cristabel Rivera, Relacionista Pública & Digital Marketing en el área de las relaciones publicas aplicadas al mundo digital tanto a nivel nacional como regional para asesorar y ayudar empresas e instituciones.

- *Específico 1.1.*

Incrementar el alcance para llegar a las 100 personas es decir a un 70% más, compartiendo contenido y así alcanzar público tanto de adentro como afuera del país en seis meses, haciendo el uso correcto de palabras claves y cuidando la redacción de los copies.

- *Específico 1.2.*

Crear artes gráficos que capten la atención de los usuarios en las redes sociales seleccionadas que promuevan la interacción y llamados a la acción en el ámbito comunicacional a fin de generar una comunicación bilateral con los seguidores tomando en cuenta sus comentarios y sugerencias.

General 2

Mejorar el engagement de la marca personal Cristabel Rivera, Relacionista Pública & Digital Marketing a fin obtener clientes potenciales como empresas o instituciones por medio de estrategias de marketing y relaciones públicas.

- *Específico 2.1.*

Aumentar mi comunidad de seguidores en la red social de Facebook llegando a los 1,000, es decir un 96% más, publicando diariamente contenido branding y de valor en la red social, para que más personas conozcan el trabajo junto a la información que brinda Cristabel Rivera en relación a las relaciones públicas y el marketing digital.

- *Específico 2.2.*

Hacer crecer los compartidos y las reacciones de las publicaciones en las redes sociales para difundir la información que genera Cristabel Rivera, a fin de llegar a más personas tanto nacionales como de la región en un periodo de seis meses generando ese compromiso con los seguidores para que se conviertan en clientes potenciales.

FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Consultorías y Asesorías Personalizadas.➤ Cursos Online.➤ Community Manager.➤ Conocimiento en Marketing Digital.➤ Manejo de herramientas digitales.	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Enseñar a las instituciones y empresas cómo potenciar su imagen.➤ Trabajar con organizaciones internacionales.➤ Formar lazos profesionales con otras personas.➤ Obtener experiencia y conocimiento en otras áreas.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Experiencia laboral insuficiente.➤ La marca personal va iniciando.	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">➤ La competencia.➤ Organizaciones que no quieren dar el salto a lo digital.➤ Falta de oportunidades por temas de edad.

Análisis FODA

Tomando en cuenta que las fortalezas y debilidades son aspectos internos, se tiene que son más las fortalezas, las cuales son los servicios y el área donde se tiene el conocimiento como lo es el marketing digital. En contraste a las debilidades las cuales son menos siendo estas la poca experiencia laboral con el poco tiempo que lleva la marca, ya que va iniciando.

Por lo tanto, se puede decir que es bueno para ir comenzando con el impulso de la marca, pero cabe resaltar que con el tiempo se irá trabajando para fortalecer las debilidades y aumentar las fortalezas.

Por otra parte, se tiene que son más las oportunidades las cuales son: las áreas en las cuales se puede desarrollar la marca, se pueden llegar a formar lazos profesionales y a la vez conseguir que ellos recomienden la marca a otros clientes potenciales, asimismo obtener más experiencia para ampliar los servicios.

Las amenazas son los aspectos externos que si no se piensa en estrategias pueden afectar el desempeño de la marca personal, a pesar de ser pocas las identificadas no hay que descuidarlas por ejemplo la competencia ya que cada día son más las personas que piensan en dedicarse a esta forma de trabajo, también es un reto el sobresalir en una sociedad donde todavía empresas o instituciones desconfían del potencial de los jóvenes.

En conclusión, son mayores los aspectos positivos los que sobresalen en el FODA, sin embargo, es de trabajar para que los aspectos negativos vayan disminuyendo; a pesar de que se va iniciando se puede decir que la marca va por buen camino para lograr posicionar la marca profesionalmente, pero se debe ser perseverante para conseguir aumentar las fortalezas

y oportunidades por medio de la creación de estrategias y con estas evitar que sean las debilidades y amenazas las que aumenten.

Para garantizar un mejor futuro de la marca se debe trabajar y crear relaciones para fidelizar a los clientes, tomando en cuenta que sean ellos quienes ayuden a aumentar la red de clientes potenciales con las recomendaciones.

Asimismo, lograr crear relaciones con empresas internacionales la cual es una buena oportunidad que se debe aprovechar para que la marca llegue a ser reconocida no sólo en el país, sino que logre cruzar fronteras.

Se buscará conseguir experiencia para que con ella aumenten los servicios, no hay que descuidar las tendencias y saber aprovecharlas adaptando las que más convengan para que la marca no vaya quedando obsoleta ante el avance de las tecnologías y las nuevas formas de trabajo.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Redopt SV Digital Marketing Strategist.

Tipo de contenido	Estilo	Seguidores	Diseño
Contenido de valor, informativo y publicitario	Simple	260	Empresarial sencillo

Se consideran una empresa de profesionales, al principio empezaron publicando seguido contenido de valor, pero en el último año sólo han publicado sus servicios como son los cursos talleres. Sus publicaciones tenían un diseño color rojo, pero hace más de un año lo cambiaron utilizando los colores azul y anaranjado estableciendo así un estilo más empresarial.



Red Social



Facebook: <https://www.facebook.com/Redopt-SV-Digital-Marketing-Strategist-551539628709694/>

Mejor publicación

Tipo de contenido	Reacciones	Fecha	Diseño
Publicidad	141	12 de junio de 2021	Empresarial sencillo

La mejor publicación es un catálogo sobre plan de marketing digital en redes sociales para sus clientes, la cual alcanzó 141 reacciones, 2 comentarios y 1 compartido. Cabe destacar que esta publicación es del año 2021 y desde entonces ninguna otra ha logrado el mismo número de interacciones.

En conclusión, la mayoría de posts tienen CTA (llamados a la Acción), pero las interacciones son casi nulas. En los últimos años sus posts son más informativos dando a conocer las empresas con las que han trabajado y lo que han hecho, en lo que va de este año lo único que publican cada mes son los cursos que ofrecen; dejaron de publicar contenido de valor, pero han mantenido su estilo y diseño desde la última vez.

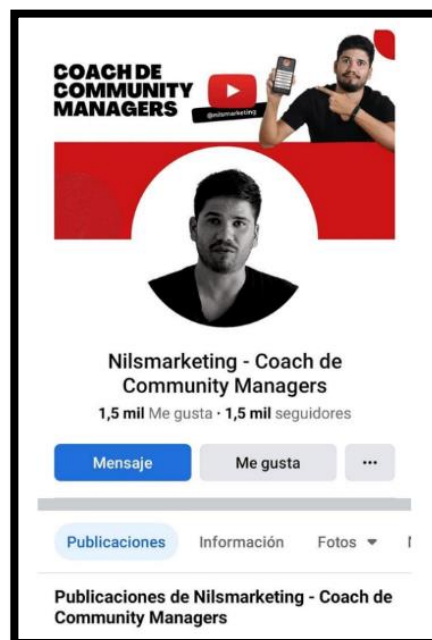
Se puede concluir que en Facebook solamente publicitan lo que hacen en otras plataformas, pero no se sabe cuáles utilizan.



Nilsmarketing – Coach de Community Managers.

Tipo de contenido	Estilo	Seguidores	Diseño
Contenido de valor, y publicitario	Simple	Más de 1,000	No definido

Es una página en la que se promueve como Coach de Community managers, debido a su experiencia, número de seguidores y por ser de otro país, se considera como un referente para la marca; cabe resaltar que no tiene un diseño definido y su estilo suele variar. La mayoría de sus posts son videos con contenido de valor, incluso sube contenido para entretener apoyándose de memes, publicidad de sus servicios y de otras aplicaciones, también publica contenido sobre su experiencia como profesional.



Redes sociales



Facebook: <https://www.facebook.com/nilsmarketing>



YouTube: <https://youtube.com/c/nilsmarketing>



Instagram: <https://www.instagram.com/nilmarketing/>

Mejor publicación

Tipo de contenido	Reacciones	Fecha	Diseño
Entretenimiento	40	13 de julio de 2022	No definido

Curiosamente de todo su contenido publicado el que tiene más reacciones es un meme, con 40 reacciones y 4 veces compartido en la cual no hay ningún CTA, pero sí ha hecho uso de hashtags sobre lo que se dedica.

A pesar de tener años con su marca, la publicación es de julio de este año, lo que denota que su público reacciona más a su contenido de entretenimiento, pero a pesar de ellos son muy pocas las interacciones en comparación al número de sus seguidores.



Se puede concluir que su principal red social es YouTube en ella tiene miles de seguidores ahí publica más contenido que en Facebook, denota que utiliza Facebook para atraer seguidores a su canal de YouTube, en dicho canal se puede encontrar más contenido de valor, siempre dejando de lado su diseño.

También tiene una cuenta en Instagram, pero al igual que Facebook no se ve un diseño definido y la mayoría de sus publicaciones son videos con contenido de valor. Si hace uso de hashtags junto a CTA en sus posts de Facebook, sin embargo, esto lo hace casi una vez por mes ya que publica más contenido en YouTube.

Consultora en Relaciones Públicas

Tipo de contenido	Estilo	Seguidores	Diseño
Contenido de valor e Informativo	Simple	16	No definido

Linda Isaura es Licenciada en Arqueología y tiene una maestría en Relaciones Públicas, en su cuenta de Facebook se puede apreciar un estilo sencillo, no tiene un diseño definido, solo cuenta con 16 me gusta y 16 seguidores. Cabe resaltar que es originaria de Perú, por lo que es una competencia a nivel internacional.

Además de tener una cuenta en Facebook, Linda también cuenta con un blog y un correo electrónico para poder contactarse con ella.



Redes Sociales



Facebook: <https://www.facebook.com/LindalsaMilezc>

Blog: https://isamilezcano.blogspot.com/?fbclid=IwAR0HW_rqSlgW9D8clk-

[X4GyRxyOqBy5JNOeJqkNMv1Bude5m-AYpiFAD4qo](https://isamilezcano.blogspot.com/?fbclid=IwAR0HW_rqSlgW9D8clk-X4GyRxyOqBy5JNOeJqkNMv1Bude5m-AYpiFAD4qo)

Mejor publicación

Tipo de contenido	Reacciones	Fecha	Diseño
Branding	5 likes	30 de junio de 2022	ninguno

En cuanto a sus publicaciones comparte contenido de valor e informativo de acuerdo a sus estudios, también ha publicado videos ya que busca variar el formato de su contenido. Su publicación con más interacciones es su presentación con su foto, lo que generó 5 likes, cabe resaltar que no utiliza CTA y trata la manera de hacer uso de los hashtags.

En conclusión, como ya se ha mencionado cuenta con un blog, pero solo hay una publicación del año pasado aparte de eso y Facebook no cuenta con alguna otra red social. Sin embargo, en Facebook ha empezado a publicar desde el 2022 y ha sido muy constante posteando continuamente a diferencia de otras competencias, a pesar de ello no hay líneas de contenido definidas y pocas veces ha publicitado su servicio como asesora en relaciones públicas a las organizaciones encargadas de la gestión del patrimonio cultural, por lo tanto uno de sus estudios realizados.



André Yancor Rocché, Comunicador Social y Relacionista Público.

Tipo de contenido	Estilo	Seguidores	Diseño
Contenido de valor, informativo y branding	Simple	138	No definido

Yancor se presente como comunicador y relacionista público, entre sus publicaciones se puede encontrar contenido de valor e informativo con un estilo simple y un diseño no definido. Cuenta con 138 seguidores en LinkedIn, en su perfil hace referencia que es del país de Guatemala por lo cual se convierte en una competencia a nivel internacional.



Redes sociales



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/andr%C3%A9-yancor-rocch%C3%A9-56217122b>

Mejor Publicación

Tipo de contenido	Reacciones	Fecha	Diseño
Branding	25 reacciones	30 de junio de 2022	ninguno

Cabe resaltar que en los copies de sus publicaciones no hace uso de los CTA y solo en algunas utiliza los hashtags. Su publicación donde habla como fue su año es la que más interacciones ha tenido con 25 reacciones, 7 comentarios y 5 veces compartidas.

En conclusión se puede decir que la mayoría de sus publicaciones son de otras personas que el ha compartido en su perfil, raras veces publica contenido de valor e informativo relacionado a su profesión, hay más contenido de branding donde comparte sus estudios recientes y logros. Hasta el momento denota que solo utiliza linkedIn ya que no hay otra información que de a conocer si cuenta con otras redes sociales.



BUYER PERSONA

Romel García



Presidente de la empresa

Administración de empresas



35 años, comprometido



Vive en San Salvador



Tiene una empresa



Cristabel Rivera

Sinopsis :

Necesita que sus empleados brinden un mejor servicio a sus clientes, pero sabe que él necesita también mejorar la comunicación con ellos y tampoco sabe cómo tratar con los medios de comunicación.

Objetivos:

- Mejorar la comunicación y el trato con su público interno de la organización.
- Brindar un mejor servicio a los clientes por parte de sus empleados.
- Entablar una buena relación con los medios de comunicación.

Productos:

- Cursos presenciales para sus empleados
- Asesoría sobre cómo mejorar la comunicación con los medios
- Cursos en línea para mejorar la relación con sus empleados.

Impresiones negativas:

- Cree que le costará mucho contratar una persona para que brinde cursos a sus empleados.
- Piensa que le costará mucho tiempo aprender a cómo mejorar la relación con su público interno.
- Aún no conoce a un experto en el área donde necesita apoyo.



Cristabel Rivera

Aracely Franco



Diseñadora Gráfica



Tiene 33 años y vive en casa propia



Está comprometida y cuenta con un trabajo estable



Estudió un técnico en Diseño Gráfico

Aracely trabaja como jefa de comunicaciones en una alcaldía, pero ella nota que sus publicaciones no tienen el alcance deseado, sabe que quiere utilizar otras redes sociales pero no tiene idea cómo solventar sus problemas.

● sus objetivos son los siguientes: ●

- ◆ Obtener mayor alcance con la población.
- ◆ Innovar en contenido para destacar de otras instituciones.
- ◆ Incluir otras redes sociales.

● ¿Qué productos o servicios se le puede ofrecer: ●

- Consultoría personalizada.
- Cursos en línea para aprender a utilizar otras redes sociales.
- Apoyo como Community Manager o Content Creator

● Entre sus ambiciones destacan: ●

1. Conseguir mayores seguidores y fidelizarlos.
2. Aprovechar otras plataformas digitales.
3. Saber crear contenido de valor.

● Sabe que necesita ayuda pero tienen algunas impresiones negativas: ●

- Cuesta mucho dinero adquirir una consultoría.
- No tengo tiempo para recibir cursos en línea.
- Cualquier persona sabe de redes sociales.
- No creo que mi arte necesite mejoras.



Cristabel Rivera



tiene
40 años



Licenciado en
Administración
de Empresas



Casado
con hijos



Su salario es
de 2,500
dólares

ANTONIO CUELLAR

Antonio es el Gerente General de una institución y se ha percatado de la mala imagen que tiene la población respecto a la institución, incluso tiene problemas con los empleados, él no sabe qué hacer y qué medios utilizar para mejorar la opinión de sus públicos

Antonio se ha planteado los siguientes objetivos:

1. Mejorar su imagen con el público externo e interno de la institución.
2. Incluir plataformas digitales para obtener un mayor alcance.

Como Ambiciones se ha propuesto las siguientes:

- Cambiar la perspectiva del público externo referente a la institución.
- Aprovechar al máximo las plataformas digitales.
- Mejorar la comunicación interna.

¿Qué servicios o productos le pueden ayudar?

Consultoría Personalizada.
Capacitación en línea sobre relaciones públicas y cómo aplicarlas a las redes sociales y otras plataformas digitales.
Estrategias para mejorar la imagen de la institución.

Pero Antonio tiene algunas impresiones negativas:

No tengo lugar para recibir cursos online.
Una consultoría cuesta mucho dinero.
Los de comunicaciones pueden levantar la imagen.
Cualquier persona puede administrar redes sociales.

CANALES DIGITALES A UTILIZAR



Facebook www.facebook.com

Facebook es una red social muy completa y junto a sus evoluciones, forma parte de los canales digitales que se utilizarán en Cristabel Rivera, porque en ella se encuentra una comunidad muy amplia donde se puede encontrar clientes potenciales y demás personas que no saben de la importancia de las Relaciones Públicas, pero con el contenido se irá cambiando la perspectiva que tienen referente al tema.

Gracias a su potencial de marca personal ayudará a incrementar la visibilidad de Cristabel Rivera por medio de la fanpage; así poder generar alcance y contacto con posibles clientes, dándoles a conocer todo el trabajo y los servicios que ofrece dicha marca personal.



LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/cristabel-rivera-5858b1243>

Debido a que esta red es considerada la reina de las redes profesionales y a eso se le suma los millones de usuarios que contiene, con quienes surge la motivación de trabajar y crear una networking.

Asimismo, en ella se puede encontrar clientes potenciales como: gerentes, jefes de recursos humanos, encargados o jefes de comunicaciones y profesionales que son de interés para Cristabel Rivera, porque se podrá aprender de ellos.

Con esto se busca posicionamiento para la marca personal en la red social y lograr obtener mejores oportunidades laborales o seguir aprendiendo de los demás profesionales del área de las Relaciones Públicas y el Marketing Digital.

¿Por qué no se seleccionaron otras redes sociales?

Debido a que la marca va iniciando se ha tomado a bien darse a conocer solamente en las dos redes sociales antes mencionadas, ya que se prevé que en ellas está el público objetivo.

Instagram por el momento no ha sido considerado ya que por su naturaleza se deduce que es más efectiva para quienes ofrecen algún producto, debido a que es buena aliada para el campo visual o para quienes se desarrollan en el mundo de lo artístico.

Twitter tampoco se tomó en cuenta porque se percibe como una plataforma para quienes quieren darse a conocer en el ámbito periodístico ya que sigue la actualidad en el acontecer de la sociedad.

YouTube es otra red que va relacionada con quienes ofrecen contenido audiovisual y que se enfocan en otras temáticas.

LINEAS DE CONTENIDO

1. Branding.

Este pilar se ha tomado en cuenta para promover la marca personal y el trabajo interno que se está realizando para sacar a delante Cristabel Rivera, de esta manera mostrar a los demás cómo poder crear su propia marca; así puedan ir conociendo lo que conlleva este proceso.

2. Educación.

Con esta línea se busca educar al público con temáticas que se deben tomar en cuenta en las instituciones, las cuales ayudaran a comprender la importancia de las Relaciones Publicas y el cómo poder aplicarlas en los medios digitales, aprovechando diferentes herramientas para poder potenciar su imagen.

3. Interacción.

Con este pilar se pretende entretener al público y variar en el contenido para que puedan deleitarse con la marca, a fin de generar interacción con el contenido para fidelizar a los seguidores, asimismo poder conocer sus gustos y necesidades para generar una comunicación bilateral y personalizada.

4. Servicios.

En este espacio se quiere dar a conocer los servicios que ofrece la marca, para poder crear promociones y lograr que lo posibles clientes puedan adquirirlos, asimismo conocerán los beneficios que obtendrán al contratar cualquiera se los servicios.



3. Líneas de Contenido

Branding	Marketing de contenido	Interacción	Servicios
Historia	Tips	Memes	Características
Quién está detrás	Check list	¿Sabías qué?	Promociones
Actividades	Recomendaciones	Preguntas	Beneficios
Estudios	Social listening	Frases	Lanzamiento
Quien soy	Las RRPP y las RRSS	Humor	Consultorías

KPI'S

Objetivo General 1

Posicionar la marca Cristabel Rivera, Relacionista Pública & Digital Marketing en el área de las relaciones publicas aplicadas al mundo digital tanto a nivel nacional como regional para asesorar y ayudar empresas e instituciones.

Objetivo Especifico

1.1. Incrementar el alcance para llegar a las 100 personas es decir a un 70% más, compartiendo contenido y así alcanzar público tanto de adentro como afuera del país en seis meses haciendo el uso correcto de palabras claves y cuidando la redacción de los copies. Alcance

KPI'S a Medir

Alcance: con esta métrica se pretenden medir tanto en Facebook como en LinkedIn la tasa de crecimiento de la audiencia para identificar a cuantas personas está llegando el contenido y qué tan rápido ha logrado crecer en el periodo de seis meses como se ha planteado en el objetivo específico.

Objetivo Especifico

1.2. Crear artes gráficos que capten la atención de los usuarios en las redes sociales seleccionadas que promuevan la interacción y llamados a la acción en el ámbito comunicacional a fin de generar una comunicación bilateral con los seguidores tomando en cuenta sus comentarios y sugerencias.

KPI'S a Medir

Impresiones: con esta métrica se busca medir el numero de oportunidades que tuvo la gente para ver la publicación según las pantallas en las que apareció. La cual se dará seguimiento en las dos plataformas que ocupará la marca, por un periodo de 6 meses comparando resultados para poder descubrir las tendencias.

Objetivo General 2

Mejorar el engagement de la marca personal Cristabel Rivera, Relacionista Pública & Digital Marketing a fin obtener clientes potenciales como empresas o instituciones por medio de estrategias de marketing y relaciones públicas.

Objetivo Especifico

2.1. Aumentar mi comunidad de seguidores en la red social de Facebook llegando a los 1,000, es decir un 96% más, publicando diariamente contenido branding y de valor en la red social, para que más personas conozcan el trabajo y la información que brinda Cristabel Rivera en relación a las relaciones públicas y el marketing digital.

KPI'S a Medir

Fans y seguidores: con ella se pretende establecer un indicador a partir del número de personas que ya nos siguen en nuestras redes sociales para asegurar que la base de seguidores sigue creciendo en el periodo de seis meses.

Objetivo Especifico

2.2. Hacer crecer los compartidos y las reacciones de las publicaciones en las redes sociales para difundir la información que genera Cristabel Rivera, a fin de llegar a más personas tanto nacionales como de la región en un periodo de seis meses para generar ese compromiso con los seguidores para que se conviertan en clientes potenciales.

KPI'S a Medir

Interacciones: Con esta métrica se busca darle seguimiento a las reacciones, comentarios y compartidos de las publicaciones a fin de descubrir como esta resonando el contenido entre la audiencia de Facebook y LinkedIn en un periodo de seis meses. Haciendo una comparación mensual de los resultados de esta manera saber lo que se debe mejorar para que sea más aceptado por las personas.




CALENDARIO DE CONTENIDO

Facebook

Calendario Semanal Facebook 03 al 17							
Calendarización							
N°	Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Formato	Pieza Gráfica
1	lunes 3	07:00 p. m.	Quien soy	Branding	Seguramente ya has visto parte de mi trabajo 😊 pero quien es Cristabel Rivera, hoy quiero que conozcas sobre mí 😊. #relacionistapública	Gif	
	Martes 4	08:00 p. m.	Tips	Educación	Tú público 👤 interno forma parte importante de tu institución 🏢 y reflejan ante las demás la forma en como los tratas. Por eso hoy te comparto 📌 5 tips para mejorar la comunicación interna en tu institución y que sean ellos quienes hablen 🗣️ por ti a favor de la misma. Para lograr una buena 📈 reputación y que a la vez tus empleados se sientan identificados con su trabajo 🏢. #comunicacioninterna #relacionespúblicas	Carrusel	
3	Miércoles 5	07:00 p. m.	Estudios	Branding	Ahora que ya me conoces 😊. Hoy quiero compartirles parte de mi formación académica 🎓 a lo largo de estos años. Quédate y conoce un poco más sobre mí 😊 Quédate a ver el siguiente video 📺 #Relacionistapública	Video	
4	Jueves 6	08:00 p. m.	Consultorias	Servicios	¿Tienes dudas sobre cómo promover la imagen de tu institución? 🏢, ¿no sabes como mejorar la comunicación interna 🗣️ y externa 🗣️?, ¿sientes que tu reputación digital no es la mejor y no sabes como mejor la? Lo que necesitas es una relacionista pública 🏢 que te asesore sobre como generar estrategias de comunicación para promover una imagen y reputación positiva 📈. No lo pienses más y consulta mis servicios! #rrpp #consultoriarelacionespúblicas	Imagen	
5	Viernes 7	06:00 p.m	Check list	Educación	¿Aún no sabes porqué no te quieren tu empleados? 😊 😊 Sientes que no 📈 están proyectando una buena imagen de tu institución 🏢, lo más probable es que no estés implementando una buena comunicación interna 🗣️. 📌 Hoy te comparto algunos motivos para mejorar la comunicación 🗣️ Hoy te comparto algunos motivos para mejorar la comunicación 🗣️ con tus colaboradores. Recuerda seguirme para conocer más sobre #rrpp #relacionespúblicas #relacionistapública	Imagen	
6	Sábado 8	04:00 p. m.	Meme	interaccion	📌 Recuerda que una relacionista pública puede salvar tu reputación 😊 ¡No te vayas sin dejar tu reacción! #rrpp	Imagen	
7	Domingo 9	02:00 p.m	Historia	Branding	#RelacionistaPublica #marcapersonal #CristabelRivera	Reeel	

8	lunes 10	08:00 p. m.	RRPP y las RRSS	Educación	<p>¿Te has puesto a pensar que las #rrpp han cambiado y ya no se aplican como antes. ¿Pero por qué está pasando eso? ¿A qué se debe?, ¿será que estas olvidando un detalle?</p> <p>✓ Ahora las relaciones públicas cuenta con herramientas de apoyo como lo son las redes sociales y hoy te explicó como funciona esa relación</p> <p>¿y tú, ¿ya habías notado este cambio?</p> <p>✓ Sigue para conocer más + sobre las relaciones públicas en la era digital no olvides de darle like a la publicación #rrpp #marketingdigital</p>	Video	
9	martes 11	07:00 p. m.	Beneficios	Servicios	<p>¡Todavía no te convences de necesitar a una relacionista pública en tu organización! ¿Pensas que ese trabajo lo puede desempeñar cualquier persona? o ¿sientes que te costará mucho dinero?</p> <p>¡No pienses cosas negativas!</p> <p>✓ Mejor hecha un vistazo a los siguientes beneficios al contratar una relacionista pública, ¡no te arrepentirás de los resultados!</p> <p>#relacionistapública #rrpp</p>	Gif	
10	miércoles 12	07:00 p. m.	Quien esta detrás	Branding	#RelacionistaPublica #marcapersonal #CristabelRivera	Reel	
11	jueves 13	07:00: p. m.	Social listening	Educación	<p>¿Quieres saber sobre el Social Listening? ¿Ya habías escuchado sobre esta técnica? Hoy te presento en qué consiste y para qué te puede servir el social listening o escucha social</p> <p>✓ recuerda que las redes sociales estan cambiando la manera de ejercer las #rrpp no te quedes atrás con estas tendencias, mejor quédate para saber mas sobre el tema y poder llevarlo a la práctica</p> <p>¿Sígueme y no te vayas sin dejar tú like</p> <p>#sociallistening #relacionespublicas #marketingdigital</p> <p>✓ Hoy te presento en qué consiste y para qué te puede servir el social listening o escucha social</p> <p>✓ recuerda que las redes sociales estan cambiando la manera de ejercer las #rrpp no te quedes atrás con estas tendencias, mejor quédate para saber mas sobre el tema y poder llevarlo a la práctica</p> <p>¿Sígueme y no te vayas sin dejar tú like</p> <p>#sociallistening #relacionespublicas #marketingdigital</p>	Infografía	
12	viernes 14	06:00 p.m	¿Sabías qué?	Interaccion	#relacionespublicas	Story	
13	sábado 15	04:00 p. m.	Actividades	Branding	<p>✓ Hoy te comparto, algunas de las actividades que se realizan para el desarrollo de mi marca personal las cuales puedes aplicar para potenciar tú institución en redes sociales.</p> <p>¿Comenta cuál estas aplicando y no te olvides de darle like.</p> <p>#relacionistapública #marketingdigital</p>	Video	
14	domingo 16	02:00 p.m	Pregunta	interaccion		Story	
15	lunes 17	08:00 p. m.	Recomendaciones	Educación	<p>¿Te ha interesado conocer sobre la técnica del social listening? Has descubierto que necesitas ponerlo en práctica pero no sabes cómo.</p> <p>✓ Ya no te preocupes por eso, ahora te presenté algunas recomendaciones para poder desarrollar esta técnica del social listening y descubras que debes mejorar en tú institución.</p> <p>Sigue y dele like al contenido.</p> <p>#rrpp #marketingdigital</p> <p>¿Te ha interesado conocer sobre la técnica del social listening? Has descubierto que necesitas ponerlo en práctica pero no sabes cómo.</p> <p>✓ Ya no te preocupes por eso, ahora te presenté algunas recomendaciones para poder desarrollar esta técnica del social listening y descubras que debes mejorar en tú institución.</p> <p>Sigue y dele like al contenido.</p> <p>#rrpp #marketingdigital</p>	Infografía	

Calendario Semanal LinkedIn 03 al 17							
Calendarización							
N°	Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Formato	
1	lunes 3	07:00 p. m.	Historia	Branding	Hola hoy quiero presentarme y a la vez que descubras quien y qué es Cristabel Rivera. Quédate y conoce cómo nace este proyecto. #relacionespúblicas	Video	
2	Martes 4	08:00 p. m.	RRPP y las RRSS	Educación	Hoy te cuento que desde hace algunos años las relaciones públicas y las redes sociales se han entrelazado, pero hoy en día las redes sociales han cambiado a las #RRPP. Se dice que las relaciones públicas son más impactantes, ya que las redes sociales han permitido una comunicación e interacción permanente, lo que favorece la práctica de éstas. Cabe destacar que gracias a las redes sociales se puede alcanzar una audiencia más amplia. Es por ello, que las relaciones públicas se han vuelto más amigables, lo que ayuda a las organizaciones a ser más atractivas y accesibles con la ayuda de estas herramientas como lo son las #RRSS. #RelacionesPúblicas #redessociales	Texto	
3	Miércoles 5	07:00 p. m.	frase	interaccion	Una Institución no se debe dar el lujo de pasar desapercibida en especial cuando existen una infinidad de herramientas que ayudan a dar a conocer el trabajo de una organización sin embargo, es de cuidar y prestar atención a lo que se habla de la institución, ya que tampoco es lo correcto estar en boca de los demás pero por una mala reputación o imagen. y tú, ¿qué opinas al respecto? #Relacionespúblicas	Imagen	
4	Jueves 6	08:00 p. m.	Estudios	Branding	Ahora que ya concoces un poco de mí y mi marca personal, quiero presentarte parte de mis formación académica. Te invito a que veas el siguiente video para saber más de mí. #relacionistapública	Video	
5	Viernes 7	06:00 p.m	Social listening	Educación	¿Ya conoces el social listening o escucha social? Pues... te comento que es una técnica que ha surgido a partir de la implementación de las redes sociales como medio de comunicación y que te ayudará a mejorar la comunicación con tu público. Por eso te invito a conocer más sobre el tema. #sociallistening	Infografía	
6	Sábado 8	04:00 p. m.	Beneficios	Servicios	¿Tienes problemas con la formación de una buena imagen de tu institución? ¿No sabes como mejorar la comunicación con tu público externo? Hoy te presento 4 beneficios al contratar a una relacionista pública que te ayudará a solventar esos y otros problemas de comunicación en tu organización. #relacionespúblicas	Gif	
7	Domingo 9	02:00 p.m	Quien esta detrás	Branding	Hoy te presento quien está detrás de este proyecto, por eso te invito a ver el siguiente video para que vayas conociendo más sobre mi marca personal. #relacionistapública	Video	
8	lunes 10	08:00 p. m.	Meme	Interaccion	No esperes estar en medio de una crisis para crear el Manual de Crisis, recuerda que es una herramienta muy importante que ayudará a tu institución a saber manejar la situación cuando se presente y así no afectará la imagen ni la reputación.	Imagen	

9	martes 11	07:00 p. m.	Recomendaciones	Educación	Ya conoces sobre el social listening pero, ¿no sabes cómo hacer para ponerlo en práctica?, aquí te presento algunas recomendaciones para que las tomes en cuenta, y puedas mejorar la comunicación con tu target. #sociallistening #relacionespúblicas	Imagen	
10	miércoles 12	07:00 p. m.	Actividades	Branding	Hoy te comparto algunas de las actividades que realizo para poder impulsar mi marca personal en redes sociales, tú también las puedes poner en práctica para que tu institución tenga presencia en redes sociales y otras plataformas digitales. #relacionistapublica	Video	
	jueves 13	07:00: p. m.	La imagen institucional	Educación	¿Sabes qué es la imagen institucional? Si tu respuesta es no, hoy te explico en qué consiste, recuerda que ésta puede ayudar o afectar la reputación de la organización si no sabes en qué es y cómo manejarla. Comenta qué sabes tú sobre la imagen institucional	Infografía	
12	viernes 14	06:00 p.m	Pregunta	interaccion	Porque tu opinión es importante en este espacio, qué te parece si te atreves a reponder la siguiente pregunta, ¿logras identificar tu respuesta? en tu trabajo? ¿Qué consideras que debe mejorar? Opciones: La imagen, La Comunicación Interna, La Comunicación Externa, Todas las anteriores	Post	
13	sábado 15	04:00 p.m	Check list	Educación	Tus colaboradores son el rostro y parte de la imagen de tu institución, es por ello que te presento algunas razones por las cuales debes de mejorar la comunicación con ellos. ¿Por qué debes tener una buena comunicación con tus empleados? Mejora el clima laboral. Aumenta la productividad y optimiza los servicios. Agiliza la resolución de problemas. Promueve una mejor relación entre los empleados. Los colaboradores se sienten identificados con la institución. El conocimiento de la información genera tranquilidad entre los empleados. Minimiza los rumores y chismes. Facilita la adaptación de nuevos empleados.	Texto	
14	domingo 16	02:00 p.m	Beneficios de la imagen Institucional	Branding	Si aún no sabes porqué hay que cuidar la imagen institucional y qué más implica, te presento algunos beneficios que trae consigo una imagen positiva, recuerda que hay otros más, comenta... ¿qué otros beneficios tú conoces? #relacionespúblicas #comunicacióninstitucional	Gif	
15	lunes 17	08:00 p.m	Tips	Educación	Descubre los 5 tips para mejorar la comunicación interna y cómo aplicarla en tu institución para un mejor resultado del trabajo de tus empleados. 1. Promueve una comunicación clara y sencilla. Toda la información que se genera en tu institución debe ser comprendida por todos los empleados sin importar su cargo o departamento. 2. Promueve un clima de transparencia. Informa a tus empleados de las novedades que acontecen en tu institución, sean buenas o malas. De esta manera garantizas la confianza, en especial si vas a generar impacto en su rutina de trabajo. 3. Mejora el contacto entre departamentos. Para ello es importante crear espacios donde promuevas las conversaciones, de este modo lograrás que fluya la información de manera rápida y que no se retenga en los departamentos por falta de interés o atención. 4. Escucha a tus empleados. Ellos son la clave para mejorar el rendimiento de la institución, por esa razón debes escuchar sus opiniones y sugerencias; éstas a la vez deben ser consideradas y reconocidas. 5. Reconoce el trabajo y esfuerzo de tus colaboradores. La práctica de reconocer públicamente los esfuerzos y buenos resultados de un empleado o equipo, ayudará a motivarlos a seguir apoyando a la institución porque se sentirán parte importante de la misma.	Texto	

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Digital, A. M. (15 de Septiembre de 2022). *MD Marketing Digital*. Obtenido de MD Marketing Digital: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Europea, U. (28 de Marzo de 2022). *Comunicación y Marketing* . Obtenido de Comunicación y Marketing : <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-kpi-marketing/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20KPI%20en,a%20cabo%20en%20una%20empresa.>

Marketingintel, D. E. (15 de Marzo de 2023). *Portal de Marketing y Casos Empresariales* . Obtenido de Portal de Marketing y Casos Empresariales : <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/relaciones-p%C3%BAblicas/>

Michelle, O. (18 de Junio de 2021). *Semrush*. Obtenido de Semrush: https://es.semrush.com/blog/calendario-de-redes-sociales/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641222102851&kwid=dsa-1929298971763&cmpid=19249322807&agpid=145221532980&BU=Core&extid=64565394022&adpos=&gclid=CjwKCAj

OCCMundial, B. (19 de Enero de 2021). *OCCMundial*. Obtenido de OCCMundial: <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

Todd, C. (22 de Abril de 2021). *Hootsuite* . Obtenido de Hootsuit: <https://blog.hootsuite.com/es/kpis-de-redes-sociales/>