

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN  
DE LA MARCA PERSONAL: “MARICELA HERNÁNDEZ”**

**PRESENTADO POR:**

**CARNÉ**

**EVELYN MARICELA SORTO DE HERNÁNDEZ (SR14013).**

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

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

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

**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.

## **FISCAL GENERAL**

LICENIADO. 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**

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**

Primeramente, doy gracias a Dios por haberme permitido llegar a este momento tan importante de mi formación profesional y por haberme ayudado en cada paso, facilitando y abriendo caminos a lo largo de este tiempo.

A mis padres por ser los principales motores de mis sueños, gracias a ellos por confiar y creer en mí, a mi madre Elizabeth Sorto por acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio y a mi querido padre José Sorto quien a pesar de que ya no está con nosotros siempre lo siento presente en mi vida, gracias por siempre apoyarme y anhelar lo mejor para mi vida, sé que desde dónde estás te sientes orgulloso de que tu hija lo lograra.

A mi tía Carmen Rodríguez, quiero agradecerle porque a pesar de estar lejos siempre fue un apoyo en mi carrera, en mis logros y en todo por muchos años, la llevo siempre en mi corazón y mente.

A mi esposo Joel Hernández, quien me apoyo y alentó para continuar, cuando parecía que me iba rendir, gracias por siempre creer en mí capacidad, gracias por tu amor incondicional, tu sacrificio y esfuerzo para que culminara, te amo.

A mi amiga Citlalin Figueroa, que encontré en esta travesía y se ha vuelto mi hermana, gracias por su apoyo y por compartir conmigo momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre puedo contar con ella.

Finalmente, gracias infinitas a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en este proceso. No ha sido fácil el camino hasta ahora, pero gracias a todos por sus aportes, amor e inmenso apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos gracias a ustedes.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	4
INTRODUCCIÓN .....	5
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	6
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA .....	7
OBJETIVOS DE LA MARCA .....	8
KPI'S.....	9
FODA.....	10
CANALES DIGITALES A UTILIZAR.....	11
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	12
BUYER PERSONA.....	25
LÍNEAS DE CONTENIDO.....	27
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

## RESUMEN

En el siguiente trabajo se presenta la Estrategia de Marca Personal de Maricela Hernández como Consultora de Marketing Digital, la cual muestra a detalle el proceso a ejecutar para la creación de una marca personal y como podemos lograr que esta se posicione en el mundo de las redes sociales. Asimismo, muestra su historia, objetivos, alcance, métricas, y el desarrollo de perfiles de los clientes ideales para la marca personal. Por ello, en la última fase del trabajo, se realiza el contenido idóneo a publicar, en cada una de las redes sociales durante dos semanas, en este caso se eligieron Facebook e Instagram, dicho contenido depende de los intereses, aspiraciones y necesidades de su público meta. En conclusión, crear una estrategia con puntos clave determina que nuestra marca alcanzará la posición deseada en un mercado determinado hasta convertirse en un referente entre el mar de redes sociales y plataformas digitales.

**Palabras clave:** Consultora digital; Marca personal; Marketing digital; Redes Sociales; Posicionamiento SEO; Creación de contenido; Social media; Contenido de Valor; Branding; Diseño.

## INTRODUCCIÓN

El marketing digital también llamado mercadotecnia online, son todas aquellas estrategias y acciones promocionales y publicitarias que se ejecutan hoy en día en los medios digitales y redes sociales, las cuales tienen el objetivo de aumentar ventas, fidelizar clientes, generar una imagen a la marca o dar a conocer la empresa, emprendimiento o marca personal.

Cabe señalar que el marketing digital es una evolución del marketing tradicional, que hace uso de las nuevas tecnologías las cuales proporcionan una infinidad de técnicas y recursos a emplear en las estrategias, haciéndolas más globales, interactivas, hiper segmentable y perfectamente medible. Dentro de estas estrategias podemos mencionar el Inbound Marketing, Email Marketing, SEO, e-Commerce, entre otras.

El presente trabajo: **Estrategia De Marketing Digital Para La Creación De La Marca Personal: “Maricela Hernández”**, representa una herramienta de pasos a seguir para desarrollar una marca personal en redes sociales, teniendo en cuenta que se crea a partir de cero.

Dicha estrategia incluye la situación actual e información de la empresa, objetivos, análisis FODA, KPI'S, canales digitales a utilizar, estudio de la competencia, creación de los buyer persona, definición de las líneas de contenido y finalmente muestra la planificación y organización del contenido a publicar en las redes sociales en un período de 15 días.

Dentro de cada paso se dan a conocer de una manera detallada sus definiciones y desarrollo, los cuales servirán para que una marca, emprendimiento o empresa puedan realizar o mejorar su estrategia, proporcionándoles así el conocimiento necesario para posicionarse en las redes sociales y atraer futuros clientes.



## SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Maricela Hernández es la marca personal de una periodista salvadoreña de 28 años interesada en medios digitales y redes sociales, la cual intenta posicionarse y atraer posibles clientes a través de Facebook e Instagram.

La idea de la empresa, surge debido a que muchos emprendedores, empresarios y personas no conocen muy bien el potencial de las redes sociales para sus ventas, por lo que espera que su público meta solicite de su conocimiento y consultorías para perfeccionar, mejorar, optimizar y potencializar sus marcas.

Cabe señalar que “Maricela Hernández” está ubicado en San Salvador y a pesar que cuenta con gran competencia en la capital, debido a la vastedad de agencias de Marketing que se pueden encontrar, se debe recalcar que son pocas las marcas personales dedicadas a consultorías, lo que provoca un mayor acercamiento y confianza con el cliente, por lo que espera que tenga más facilidad al darse a conocer.

### Logo de la marca



## **INFORMACIÓN DE LA EMPRESA**

Esta marca busca ayudar a emprendedores, personas o empresas a potencializar sus marcas en las redes sociales, brindándoles asesorías y siguiendo de cerca su proyecto hasta conseguir los objetivos establecidos en el plazo fijado.

Los servicios principales que ofrece “Maricela Hernández” son:

### **1. Diagnóstico de la marca**

- Auditoría o estudio previo del proyecto, realizando una evaluación y situación actual de la marca.
- Análisis interno y externo, utilizando la matriz FODA.
- Análisis de la competencia.
- Definición de público objetivo, creando perfiles de buyer persona.

### **2. Estrategias de Marketing digital**

- Realización de objetivos.
- Creación de estrategias de marketing digital.
- Calendarización y líneas a destacar.
- Planificación de acciones y campañas para llegar al público ideal.

### **3. Branding**

- Implementación de Procesos.
- Acompañamiento.
- Asesoría de Identidad Visual de la marca. (Logotipo, Tipografía, Colores, Imagen).

### **4. Social Media**

- Creación de contenido de valor. (Post, Historias, Reels, etc.)
- Redacción de copys adecuados a la marca.
- Creación de artes.

Cabe aclarar que los precios van a variar según el paquete de servicios que el cliente elija.

## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### **Objetivos generales:**

- Posicionar la marca personal "Maricela Hernández" entre el público objetivo en Facebook e Instagram.
- Aumentar el número de seguidores o clientes potenciales.

### **Objetivos específicos:**

- Desarrollar líneas de contenido que incluyan contenido de valor, interactivo y ventas en un calendario de 15 días.
- Conseguir un aumento de un 20% de interacciones y likes en las publicaciones en un plazo de dos meses
- Obtener 400 seguidores en un lapso de tres meses, publicando semanalmente.
- Garantizar una mayor interacción entre el público y la marca en un periodo de tres meses.

## KPI'S

Los KPI (Key Performance Indicator), son indicadores clave de rendimiento que se utilizan para evaluar el éxito de las acciones y/o procesos en la medida en que estos contribuyen a la consecución de los objetivos, para determinar si están dando los frutos esperados o es necesario realizar correcciones.

Las KPI's de Maricela Hernández son las siguientes:

- Aumentar los me gusta en la página de Facebook.
- Lograr mayor cantidad de clics en las publicaciones de Facebook.
- Lograr interacción con los seguidores con likes, comentarios y shares en las publicaciones.
- Generar mayor alcance de las publicaciones.
- Aumentar la cantidad de nuevos seguidores en Instagram.
- Lograr mayor cantidad de publicaciones guardadas por los usuarios.
- Monitorear el Veces compartido.
- Generar impacto con los hashtags.

## **FODA**

Un análisis FODA es una herramienta utilizada para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un negocio, empresa o marca personal.

El FODA ayuda a diagnosticar la situación actual de la empresa, emprendimiento o marca personal, y se realiza con el fin de planificar estratégicamente el proyecto a desarrollarse.

A continuación, el análisis FODA realizado a la marca personal de Maricela Hernández:

### **Fortalezas:**

- Conocimiento sobre marketing digital y redes sociales.
- Creatividad.
- Se ofrece variedad de servicios.

### **Oportunidades:**

- Pocas marcas personales en San Salvador dedicadas a consultoría de marketing digital.
- Posicionar la marca en Facebook e Instagram.
- Ofrecer los servicios dentro y fuera de la capital.

### **Debilidades:**

- Poco posicionamiento SEO.
- Conocimientos básicos de diseño.
- Poco alcance debido a que la marca está iniciando.

### **Amenazas:**

- Agencias de marketing y publicidad en San Salvador que ofrecen el mismo servicio.
- Marcas que deciden emplear su propia estrategia sin conocimiento de marketing digital.
- Figuras públicas que hablan de marketing digital.

## **CANALES DIGITALES A UTILIZAR.**

Los canales digitales son todas las herramientas que puede utilizar una empresa para establecer relación con su público y comunicarse con él, estos pueden ser, páginas web, blogs, tiendas online, redes sociales entre otras.

En este caso la marca personal Maricela Hernández utilizará como canales digitales, las redes sociales de Facebook e Instagram.

La razón por la que se eligió la red social Instagram es porque al ser más usadas por los jóvenes de entre 18 a 30 años se pueden alcanzar emprendimientos y personas con marcas personales que pueden ser clientes potenciales para la marca.

Asimismo, se eligió debido a que tiene muchas opciones para presentar el contenido que se realizará, pues permite realizar post, carruseles, historias, reels, vídeos y lives.

En cuanto a la red social Facebook, se decidió utilizarla, debido a que se puede llegar a un público mayor, de 30 años en adelante, siendo esta de las más utilizadas por pequeñas empresas, las cuales podrían convertirse en clientes.

Además, al igual que Instagram tiene muchas opciones para presentar las líneas de contenidos que se desarrollaran, permitiendo subir reels, videos, publicaciones y más.

### *Redes Sociales de la marca:*

- Facebook: <https://www.facebook.com/maricelahernandez.mkt>
- Instagram: <https://www.instagram.com/maricelahernandez.mkt/>

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia es un estudio que realiza una empresa en su entorno de mercado para determinar la intensidad de la competencia, identificando en el los puntos fuertes y débiles de estas.

Por lo que, este análisis sirve para anticiparse a las amenazas del mercado y comprender como se ve tu marca ante la vista de tus clientes en comparación con los demás.

En este sentido, la marca de Maricela Hernández realizará un análisis de perfil de 4 marcas que representan su competencia directa las cuales crearon recientemente sus cuentas.

A continuación, se muestra una tabla de las redes sociales de la competencia:

<b>Nombre de la Marca</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>Twitter</b>	<b>Web</b>
Rose Marie	✓	✓	✗	✗
Danilo Martínez	✓	✓	✓	✗
Leydin Sorto	✓	✗	✗	✓
Silvia Silis Sv	✓	✓	✗	✗

## **Análisis de la marca Rose Marie (@rosemariee.sv).**



Es una cuenta dedicada al Marketing Digital cuenta con 44 seguidores en Instagram, ha realizado 3 publicaciones y tiene 20 seguidos y en Facebook cuenta con 53 likes en su página.

En la información de su perfil se destaca como estratega digital, diseño y merchandising y en su categoría de cuenta profesional se distingue como Creador digital.

Dicha cuenta realiza publicaciones de marketing de contenidos, conceptos y copys enfocados al merchandising, marketing digital y sus servicios. Además, posee una línea gráfica uniforme, con una paleta de colores rosa pastel.

En cuanto al logo, parece no tener definido uno que la distinga como marca pues en su Instagram y Facebook cuenta con diferente logotipo. También no posee highlights, reels, IGTV y vídeos en ninguna de sus redes sociales.

Se observa que en la mayoría de sus publicaciones realiza alrededor de 6 hashtags vinculados a la marca y sus servicios.

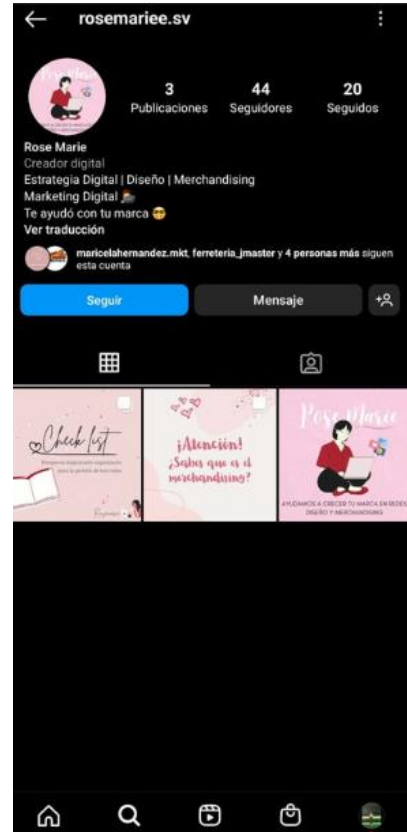
### *Redes Sociales de la marca:*

-Facebook: <https://www.facebook.com/rosemariee.sv>

-Instagram: <https://www.instagram.com/rosemariee.sv/>



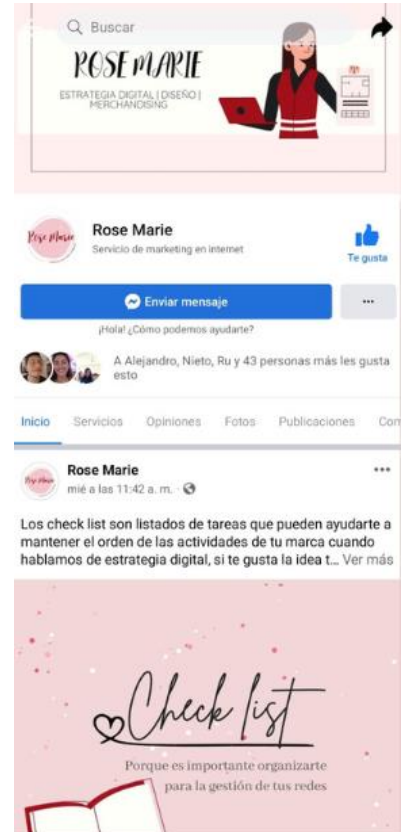
- Vista de su Instagram:



- Vista de su contenido:



- Vista previa de su página de Facebook:



### **Análisis de la marca Danilo Martínez (@d.mrt).**



Es una cuenta dedicada al Marketing Digital cuenta con 41 seguidores en Instagram, ha realizado 3 publicaciones y tiene 26 seguidos y en Facebook cuenta con 51 likes en su página.

En la información de su perfil se destaca como Asesor de Marketing digital y estrategias de publicidad, creación de contenidos y que posee experiencia en redacción y locución.

Dicha cuenta realiza publicaciones de tips y copys enfocados en como posicionar tus redes sociales y crear contenidos de valor. Además, no posee una línea gráfica uniforme.

En cuanto al logo, cuenta con un logo definido que lo distingue como marca, sin embargo, en la cuenta de Twitter que menciona en su Fanpage no lo utiliza y hace publicaciones más personales.

Se observa que posee unos cuantos highlights y reels en sus redes sociales y que en ninguna de sus publicaciones hace uso de hashtags

#### *Redes Sociales de la marca:*

-Facebook: <https://www.facebook.com/danilomartinez97>

-Instagram: <https://www.instagram.com/dmrtz2022/>

-Twitter: [https://twitter.com/DaniloMrtzsv?t=SAC\\_VAPcHa-gw9UKZP-TwQ&s=08](https://twitter.com/DaniloMrtzsv?t=SAC_VAPcHa-gw9UKZP-TwQ&s=08)

- Vista de su Instagram:



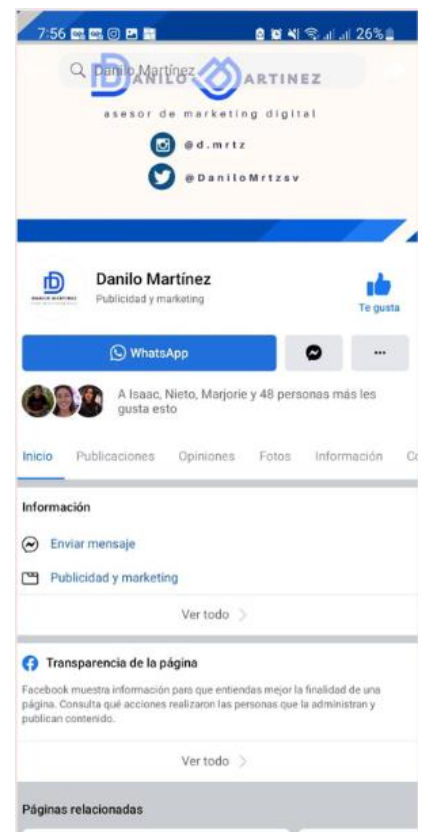
- Vista de su contenido:



- Vista de su Twitter:



- Vista de su Facebook:



## **Análisis de la marca Leydin Sorto.**



Es una cuenta dedicada a la publicidad y Marketing Digital cuenta con 59 likes en su página de Facebook y una página web.

En la información de su perfil se destaca como periodista, community manager y consultora de marketing digital.

Dicha cuenta realiza publicaciones de tips y copys enfocados en como posicionar tus redes sociales y crear contenidos de valor. Además, no posee una línea gráfica uniforme.

En cuanto al logo, cuenta con un logo definido que lo distingue como marca, sin embargo, en su cuenta de Twitter no lo utiliza y hace publicaciones más personales.

Se observa que posee unos cuantos highlights y reels en sus redes sociales y que en ninguna de sus publicaciones hace uso de hashtags.

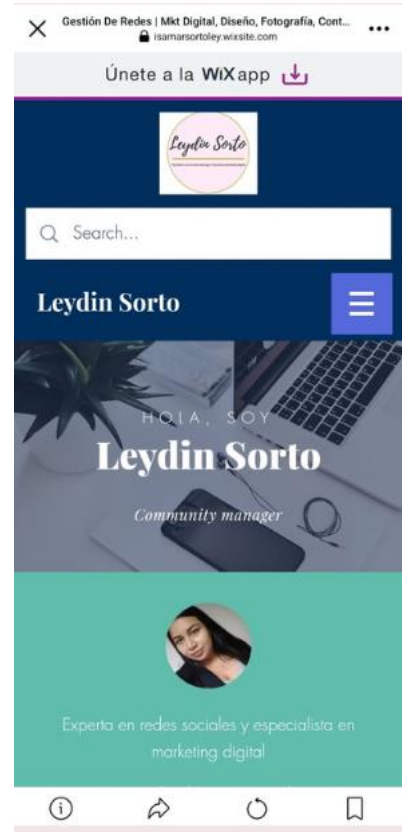
### *Redes Sociales de la marca:*

-Facebook: <https://www.facebook.com/Leydin-Sorto-102583992139801>

-Sitio web: [https://isamarsortoley.wixsite.com/leydin-](https://isamarsortoley.wixsite.com/leydin-sorto?fbclid=IwAR3f7r_ZilEo7jYVUqE4_PnjQNzaj04LQnMdL5EY4MkVyVI-uXj9GB2qfo8)

[sorto?fbclid=IwAR3f7r\\_ZilEo7jYVUqE4\\_PnjQNzaj04LQnMdL5EY4MkVyVI-uXj9GB2qfo8](https://isamarsortoley.wixsite.com/leydin-sorto?fbclid=IwAR3f7r_ZilEo7jYVUqE4_PnjQNzaj04LQnMdL5EY4MkVyVI-uXj9GB2qfo8)

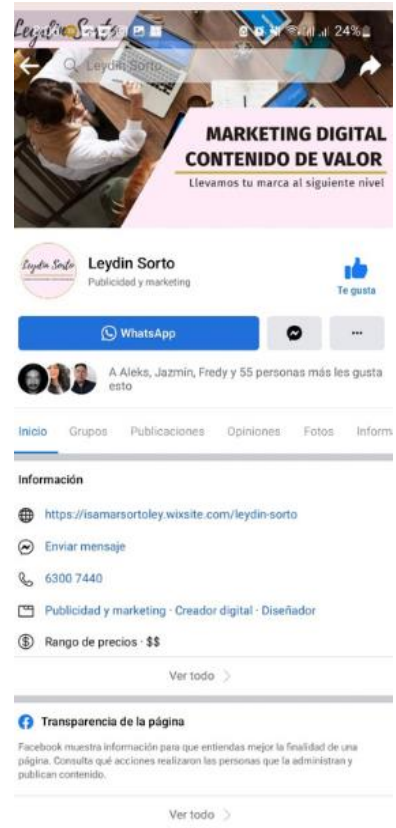
- Vista de su website:



- Vista de su contenido:



- Vista de su Facebook:





### **Análisis de la marca Silvia Silis (@silviasilis).**



Es una cuenta dedicada a la Publicidad y Marketing cuenta con 23 likes en su página de Facebook, la cuenta de Instagram que menciona en su fanpage está enfocada a la vida personal y cuenta con 209 seguidores y 92 publicaciones.

En la información de su perfil se destaca como Estratega digital con amplio conocimiento sobre emprendimiento, orientada a copywriting

y branding digital.

Dicha cuenta realiza publicaciones de tips y copys enfocados en marketing y crear contenidos de valor. Además, no posee una línea gráfica uniforme.

En cuanto al logo, cuenta con un logo definido que lo distingue como marca, sin embargo, en su cuenta de Instagram no lo utiliza y hace publicaciones de carácter personal como se mencionó anteriormente.

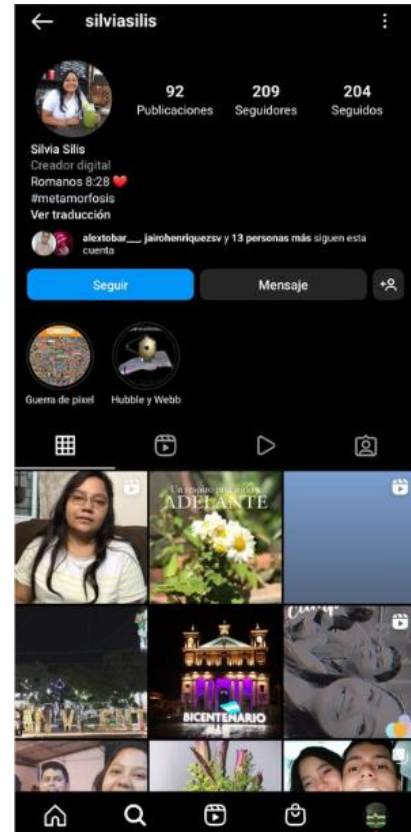
Se observa que posee unos cuantos highlights y reels en sus redes sociales y que en ninguna de sus publicaciones hace uso de hashtags.

#### *Redes Sociales de la marca:*

-Facebook: <https://www.facebook.com/Silvia-Silis-Sv-105499982267194>

-Instagram: <https://www.instagram.com/silviasilis/>

- Vista de su Instagram:



- Vista de su contenido:



- Vista de su Facebook:



## BUYER PERSONA

Buyer persona, o simplemente persona, es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares.

Para la marca Personal Maricela Hernández se han realizado tres buyer personas para representar de manera ficticia el cliente ideal de esta.

### Buyer persona 1:

**PERFIL**

- Dueña de 2 tiendas de ropa femenina en la zona oriental.
- Estudió Bachillerato Técnico Vocacional. Opción: Contaduría.
- Casada con dos hijas.

**DATOS DEMOGRÁFICOS**

- Mujer, 38 años.
- Vive en casa propia en San Miguel.
- Ingresos mensuales alrededor de \$600.

**HÁBITOS**

- Dedica una hora de su tiempo para actualizarse sobre moda y tendencias.
- Usa Facebook e Instagram diariamente.
- Va dos veces al mes al cine.

**INTERESES**

- Disfrutar tiempo de calidad con su familia.
- Le interesa conocer el nuevo mercado de las redes sociales.
- Le gusta actualizarse en moda y tendencias en ropa femenina.

**TEMORES**

- No cumplir con las expectativas de sus clientes.
- Poco conocimiento de marketing digital.
- No saber manejar sus redes sociales.

**RETOS**

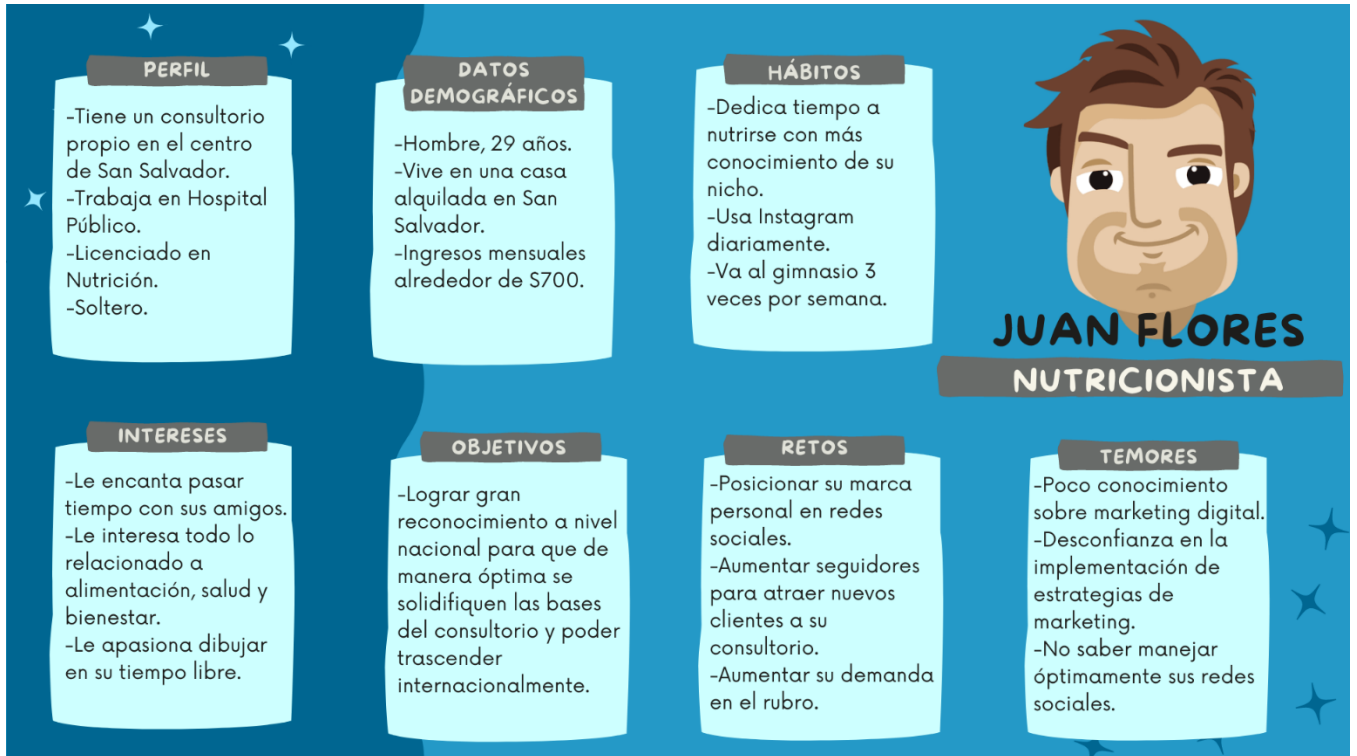
- Aumentar las ventas online.
- Implementar estrategias de marketing para posicionar mejor su marca.
- Darse a conocer a nivel nacional.

**OBJETIVOS**

- Incrementar las ventas online.
- Expandirse a nivel nacional, no vender solamente en la zona oriental.
- Ampliar su gama de productos con nuevos diseños.

**MARTHA GÓMEZ**  
**EMPREDEDORA**

## Buyer persona 2:



**PERFIL**

- Tiene un consultorio propio en el centro de San Salvador.
- Trabaja en Hospital Público.
- Licenciado en Nutrición.
- Soltero.

**DATOS DEMOGRÁFICOS**

- Hombre, 29 años.
- Vive en una casa alquilada en San Salvador.
- Ingresos mensuales alrededor de \$700.

**HÁBITOS**

- Dedica tiempo a nutrirse con más conocimiento de su nicho.
- Usa Instagram diariamente.
- Va al gimnasio 3 veces por semana.

**JUAN FLORES**  
**NUTRICIONISTA**

**INTERESES**

- Le encanta pasar tiempo con sus amigos.
- Le interesa todo lo relacionado a alimentación, salud y bienestar.
- Le apasiona dibujar en su tiempo libre.

**OBJETIVOS**

- Lograr gran reconocimiento a nivel nacional para que de manera óptima se solidifiquen las bases del consultorio y poder trascender internacionalmente.

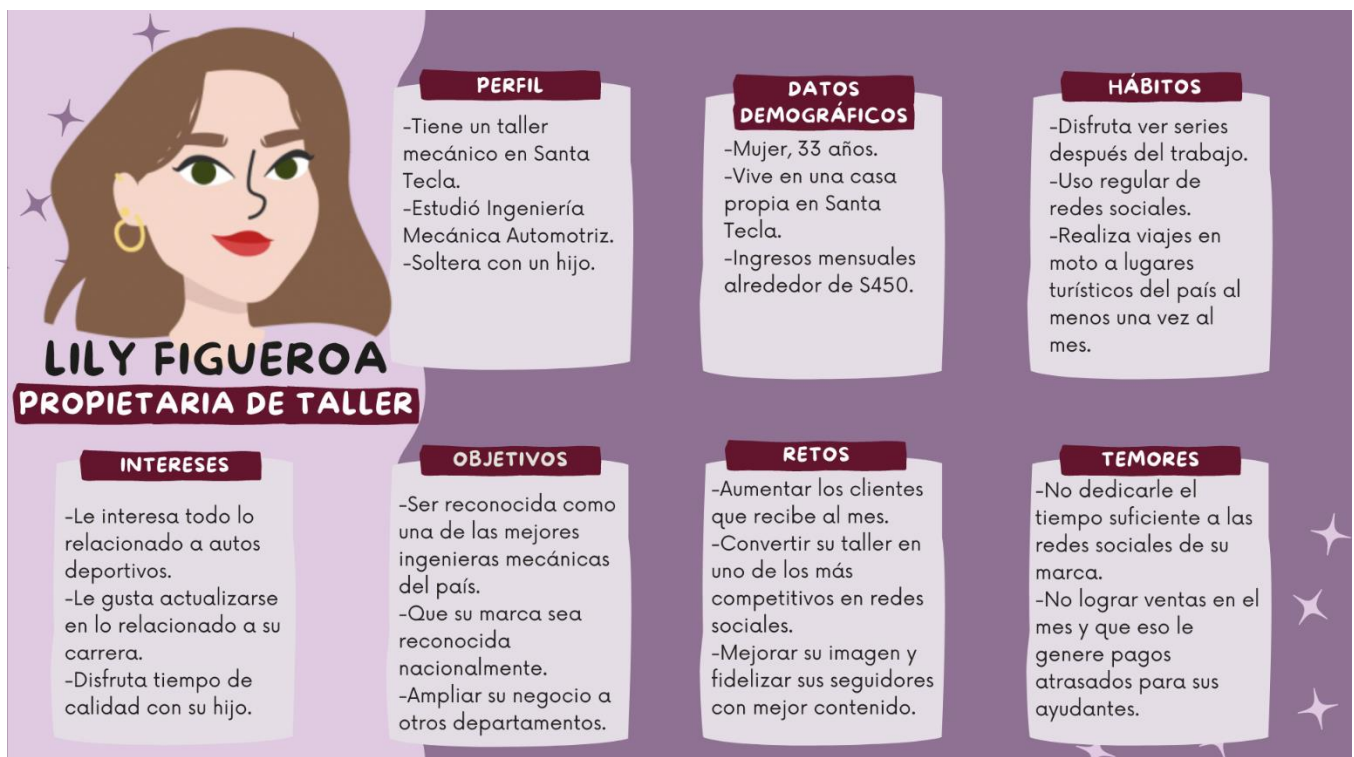
**RETOS**

- Posicionar su marca personal en redes sociales.
- Aumentar seguidores para atraer nuevos clientes a su consultorio.
- Aumentar su demanda en el rubro.

**TEMORES**

- Poco conocimiento sobre marketing digital.
- Desconfianza en la implementación de estrategias de marketing.
- No saber manejar óptimamente sus redes sociales.

## Buyer persona 3:



**LILY FIGUEROA**  
**PROPIETARIA DE TALLER**

**PERFIL**

- Tiene un taller mecánico en Santa Tecla.
- Estudió Ingeniería Mecánica Automotriz.
- Soltera con un hijo.

**DATOS DEMOGRÁFICOS**

- Mujer, 33 años.
- Vive en una casa propia en Santa Tecla.
- Ingresos mensuales alrededor de \$450.

**HÁBITOS**

- Disfruta ver series después del trabajo.
- Uso regular de redes sociales.
- Realiza viajes en moto a lugares turísticos del país al menos una vez al mes.

**INTERESES**

- Le interesa todo lo relacionado a autos deportivos.
- Le gusta actualizarse en lo relacionado a su carrera.
- Disfruta tiempo de calidad con su hijo.

**OBJETIVOS**

- Ser reconocida como una de las mejores ingenieras mecánicas del país.
- Que su marca sea reconocida nacionalmente.
- Ampliar su negocio a otros departamentos.

**RETOS**

- Aumentar los clientes que recibe al mes.
- Convertir su taller en uno de los más competitivos en redes sociales.
- Mejorar su imagen y fidelizar sus seguidores con mejor contenido.

**TEMORES**

- No dedicarle el tiempo suficiente a las redes sociales de su marca.
- No lograr ventas en el mes y que eso le genere pagos atrasados para sus ayudantes.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

Las líneas de contenido tienen una gran importancia dentro de cualquier estrategia, pues te permiten establecer los temas a desarrollar, de manera que podamos generar u organizar las ideas para las publicaciones en redes sociales, blogs o cualquier canal digital a utilizar.

Estás sirven para tener claras las temáticas a tratar y así asegurar que tu cuenta sea de interés para tu audiencia, pues el crear contenidos, hablar de muchas cosas y publicar de todo en redes sociales es una mala práctica si deseas construir una comunidad.

Las líneas de contenido que la marca "Maricela Hernández" utilizará serán 4:

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

Se eligió esta línea de contenido porque a través de ella se busca involucrar al público meta y hacer crecer así nuestra red de leads o clientes, a través de contenidos relevantes y valiosos que atraiga, involucre y genere valor para las personas.

Se dividirá así:

- Conceptos de marketing digital.
- Tips sobre marketing digital.
- Consejos sobre marca personal.
- Funcionamiento de diferentes redes sociales.
- Recomendaciones de contenido adecuado para Facebook y para Instagram.

## **2. Branding:**

Se eligió esta línea de contenido, porque se busca realizar un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca, esto con el fin de crear conexiones con el público para influir en sus decisiones de compra.

Se dividirá así:

- Historias sobre la marca.
- Lanzamiento de la marca.
- Horarios.
- Información sobre la marca.
- Valores de la marca.

## **3. Contenido interactivo:**

Se eligió esta línea de contenido porque se pretende entretener y conocer a los seguidores de la marca, Esto utilizando las herramientas que Facebook e Instagram ofrecen.

Se dividirá así:

- Historias- Saludo a seguidores.
- Encuestas para motivar a la audiencia.
- Frases de marketing digital y motivacionales.
- Preguntas para despertar el interés del usuario.
- Cuestionario para incentivar la interacción.

#### 4. Contenido de venta:

Se eligió esta línea de contenido ya que en ella se busca dar a conocer los servicios que la marca personal ofrece, acompañado también promociones u ofertas.

Se dividirá así:

- Servicios que se ofrecen.
- Promociones.
- Ofertas.
- Paquetes a ofrecer.
- Incentivos por compra.

A continuación, se muestra una tabla de las líneas de contenido:

<b>Marketing de contenidos.</b>	<b>Branding.</b>	<b>Interacción.</b>	<b>Venta.</b>
Conceptos de marketing digital.	Historias sobre la marca.	Historias- Saludo a seguidores.	Servicios que se ofrecen.
Tips sobre marketing digital.	Lanzamiento de la marca.	Encuestas para motivar a la audiencia.	Promociones.
Consejos sobre marca personal.	Información sobre la marca.	Frases de marketing digital y motivacionales.	Ofertas.
Funcionamiento de diferentes redes sociales.	Valores de la marca.	Preguntas para despertar el interés del usuario.	Paquetes a ofrecer.
Recomendaciones de contenido adecuado para Facebook y para Instagram.	Horarios.	Cuestionario para incentivar la interacción.	Incentivos por compra.








## CALENDARIO DE CONTENIDO


El calendario de contenido es un sistema de organización de publicaciones futuras que abarca la estrategia de marketing que se llevará a cabo en un periodo de tiempo determinado.



A continuación, se dejará el enlace para descargar el archivo de la calendarización de la marca personal Maricela Hernández, planificado para un período de 15 días:

FECHA	HORA	LÍNEA DE CONTENIDO	FORMATO	RED SOCIAL	COPY	PIEZA GRÁFICA (Dar click en la imagen para ampliarla)
1/10/22	10:00 a.m.	Branding	Post	Facebook	<p>Hoy les quiero contar un poco de quién está detrás de la marca Maricela Hernández y un poquito de la historia de cómo surgió la idea de crearla.</p> <p>Y además de todo esto, contarles que estoy preparando muchas cosas nuevas para traerles para potenciar sus redes sociales.</p> <p>¿Me compartís tu historia? 📍 Quiero conocerte. 🧡 ✨</p> <p>#marketingconsultant #marketingdigital #ElSalvador #redessociales</p>	
1/10/22	10:30 a.m.	Branding	Post	Instagram	<p>Soy Maricela Hernández, especialista en Medio Digitales y Redes Sociales. 📱💻</p> <p>Deseo que tu empresa o emprendimiento sea reconocido por tener un excelente servicio al cliente, a través del cual puedas obtener clientes leales e incremento de ventas.</p> <p>Es por eso que estoy aquí para ayudarte a impulsar tus redes sociales y que</p>	



					logres posicionar tu marca. #marketingconsultant #marketingdigital #ElSalvador	
2/10/22	11:00 a.m.	Contenido de Venta	Post	Facebook	<p>¡Maneja tus redes sociales de manera profesional! 🖥️📱</p> <p>Estoy aquí con el propósito de ayudarte a posicionar tus redes sociales de manera más profesional. La garantía de mi servicio es realizar un análisis de tus cuentas, crear estrategias y alcanzar los objetivos de tu marca. Quiero demostrarte que tu marca puede potencializarse, si las utilizas de la manera correcta.</p> <p>#marketingdigital #consultoriadigital #socialmedia #branding #redessociales</p>	
2/10/22	12:00 p.m.	Contenido de Venta	Historia	Instagram		



3/10/22	9:00 a.m.	Branding	Historia	Instagram		 <p><b>Agenda abierta</b></p> <p>Lunes a sábado de 8 am a 6 pm</p> <p>Programa tu cita Vía DM</p>
3/10/22	1:00 p.m.	Contenido de Venta	Historia	Facebook		 <p><b>CONSULTORÍA DE MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación y situación actual de la marca.</li> <li>Estrategia de contenido para redes sociales.</li> <li>Calendario de contenido</li> <li>Diseños para redes sociales</li> </ul> <p><b>-15%</b></p> <p>¡Envía "quiero" al privado!</p>
4/10/22	8:00 a.m.	Branding	Infografía	Facebook	<p>Te comparto mis valores como marca. 📝</p> <p>Sin creer en nuestros valores no llegaremos a consolidarnos, por eso te aconsejamos que en tu emprendimiento, empresa o marca personal comuniqués los tuyos. Recuerda siempre tener los pilares de tus valores muy fuertes y que nada te detenga.</p>	 <p><b>Nuestros valores</b></p> <p>Autenticidad, Responsabilidad, Comunicación, Consistencia, Ética, Creatividad</p>

					<p>#valoresdemarca #marketingdigital #branding #redessociales #socialmedia</p>	
4/10/22	3:00 p.m.	Marketing de contenidos	Carrusel	Instagram	<p>Hoy martes te traemos un concepto que muchos no conocen.</p> <p>¿Qué es un buyer persona? Es una representación ficticia del público objetivo de una empresa, emprendimiento o marca personal.</p> <p>Este es la clave para comprender a tu cliente potencial, sabiendo tanto lo que hace felices, como lo que necesitan solventar.</p> <p>¿Y ustedes tienen definido su Buyer Persona?</p> <p>Coméntame si quieres que te enseñe a definir el buyer persona de tu negocio. 📍</p> <p>#consultoríaamktdigital #socialmedia #buyerpersona #posicionamientodemarca #redessociales</p>	 <p><b>BUYER PERSONA</b> ¿Qué es y para que sirve? SIGUE LEYENDO</p> <p><b>CONCEPTO:</b> Un buyer persona es una representación ficticia del público objetivo de una empresa, emprendimiento o marca personal.</p> <p><b>¿PARA QUE SIRVE UN BUYER PERSONA?</b> El estudio de las tendencias, los comportamientos y los patrones de público potencial nos permite crear un estrategia de marketing basada en objetivos, retos y puntos de dolor. Por lo que crear un buyer persona es la clave para comprender tanto lo que les hace felices como lo que necesitan solventar.</p> <p>Una vez que lo tengas claro, sabrás qué contenido crear, cómo y dónde compartirlo, así como de qué forma mejorar tu presencia. Piensa en el buyer persona como un brújula que te indique hacia dónde dirigir tu negocio.</p> <p><b>COMÉNTAME SI QUIERES QUE TE ENSEÑE A DEFINIR EL BUYER PERSONA DE TU NEGOCIO.</b></p> <p>emancialahernandez.net</p>

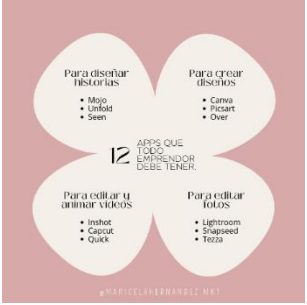

5/10/22	10:30 a.m.	Contenido interactivo	Post	Facebook	<p>¡Se vale fallar! ✅</p> <p>Muchas veces queremos llegar rápido a nuestra meta y nos comparamos constantemente con otros, trayéndote más presión.</p> <p>Relájate un poco y no te preocupes por correr que cada quien sigue sus reglas y su propio proceso.</p> <p>Solo ¡No te detengas!</p> <p>#motivación #empreendedor #marketingdigital #socialmedia</p>	
5/10/22	5:00 p.m.	Marketing de contenidos	Carrusel	Instagram	<p>Redactar un buen copy puede parecer fácil pero la verdad es que diseñar uno que llame la atención y que a su vez logre generar interacción puede resultar más complejo.</p> <p>Es por ello que te dejo algunas claves que debes tener en cuenta para lograrlo. 📝</p> <p>Déjame tu comentario si te sirvieron estas claves. 👇</p> <p>#marketingdigital #instagramtips #redessociales #copys</p>	

						<div data-bbox="1344 212 1406 275">2</div> <div data-bbox="1268 289 1489 315">QUE EL TEXTO SEA ÁGIL</div> <div data-bbox="1276 327 1484 392">Mantén los párrafos cortos para que la información se pueda entender fácil.</div> <div data-bbox="1320 443 1435 459">@maricelherandez.nkr</div> <div data-bbox="1344 516 1406 579">3</div> <div data-bbox="1302 590 1451 615">UTILIZA EMOJIS</div> <div data-bbox="1284 627 1474 690">Para darle color al texto, hacerlo más divertido y fácil de leer.</div> <div data-bbox="1320 743 1435 760">@maricelherandez.nkr</div> <div data-bbox="1344 816 1406 879">4</div> <div data-bbox="1305 884 1456 928">SIN ERRORES DE ORTOGRAFÍA</div> <div data-bbox="1271 932 1490 1033">Ten mucho cuidado cuando escribes, revisa la ortografía porque puede ser la razón principal por la que el lector abandone la publicación.</div> <div data-bbox="1320 1045 1435 1062">@maricelherandez.nkr</div> <div data-bbox="1344 1119 1406 1182">5</div> <div data-bbox="1284 1188 1472 1213">CIERRA CON UN CTA</div> <div data-bbox="1268 1224 1495 1323">Siempre cierra con un CTA (Llamada a la acción/call to action) pues de esta forma invitas a tu audiencia a comentar, likear o compartir.</div> <div data-bbox="1320 1348 1435 1365">@maricelherandez.nkr</div> <div data-bbox="1230 1398 1263 1518"> <ul style="list-style-type: none"> <li>•••••</li> <li>•••••</li> <li>•••••</li> <li>•••••</li> <li>•••••</li> </ul> </div> <div data-bbox="1289 1476 1474 1587">Déjame tu comentario si te sirvieron estas claves.</div> <div data-bbox="1360 1591 1386 1667">↓</div>
--	--	--	--	--	--	--

6/10/22	2:00 p.m.	Marketing de contenidos	Post	Instagram	<p>Las historias es uno de los formatos más importantes de Instagram, pues te permite tener interacción con tus usuarios y a mayor interacción, mayor alcance.</p> <p>Por eso te dejo un pequeño cronograma que te puede servir para lograr que tus seguidores toquen la pantalla. Guarda el post para que lo pongas en práctica.</p> <p>¿Tu cuántas historias publicas al día? Te leo. 🌟❤️</p> <p>#marketingdigital #historias #marketingdecontenido #alcance #tips</p>	 <p><b>CRONOGRAMA PARA CONSEGUIR INTERACCIÓN EN TUS HISTORIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Mañana</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Saluda a tu comunidad.</li> <li>Da un mensaje motivacional.</li> </ul> </li> <li><b>Tarde</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realiza encuestas referente a tu nicho.</li> <li>Muestra en lo que estás trabajando.</li> </ul> </li> <li><b>Noche</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Repostea uno de tus mejores post y pregunta: ¿Ya lo viste? SÍ/NO</li> </ul> </li> </ul> <p><small>@maricelahernandez.mkt</small></p>
6/10/22	4:00 p.m.	Marketing de contenidos	Vídeo	Facebook	<p>¿Te pasa que no tienes la cantidad de interacciones que quieres? 😞</p> <p>Si tu respuesta es Sí, te entiendo, subir contenido y no conseguir likes, ni comentarios también me ha pasado.</p> <p>Por eso hoy te quiero regalar 12 llamados a la acción para que tu audiencia interactúe más contigo.</p>	 <p><b>CTA's para ganar interacción</b></p> <p><small>@maricelahernandez.mkt</small></p>

					<p>Déjame un comentario si quieres que te comparta más CTA's. 📍</p> <p>#marketingdigital #CTA #redessociales #interacción #tips</p>	
7/10/22	11:30 a.m.	Marketing de contenidos	Post	Facebook	<p>¿Te pasa que subes una imagen y cuando lo ves en Facebook está incompleto o cortado?</p> <p>Esto sucede porque a la hora de crear el diseño no usaste las medidas correctas, por eso aquí te comparto esta guía.</p> <p>Coméntame acá abajo 📍 si te resultó útil esta información.</p> <p>#Redessociales #marketingdigital #facebook #socialmedia</p>	
7/10/22	3:30 p.m.	Marketing de contenidos	Animación para redes social.	Instagram	<p>Te comparto 4 Hacks de Instagram que te pueden servir para manejar mejor tu cuenta.</p> <p>¿Conocías alguno?</p> <p>Recuerda guardar este post y seguirme para más tips o consejos de marketing.</p> <p>#marketingdigital #instagram #redessociales #hacks #socialmedia</p>	



8/10/22	6:00 p.m.	Marketing de contenidos	Post	Facebook	<p>¿No te pasa que quieres hacer un post en tu cuenta, pero no sabes en que App?</p> <p>Pues aquí te dejo 12 aplicaciones que no deben faltarte para crear contenidos.</p> <p>¿Qué otra app nos super recomiendas? Déjanos saber en los comentarios. 📍👁️</p> <p>#apps #contenidodevalor #mktdigital #redessociales #socialmedia</p>	
8/10/22	8:00 p.m.	Contenido de interacción	Historias	Instagram		

--	--	--	--	--	--

¿QUE PREFIERES?



FRÍO

CALOR



¿QUE PREFIERES?



PLAYA

MONTAÑA



¿QUE PREFIERES?








PERROS

GATOS

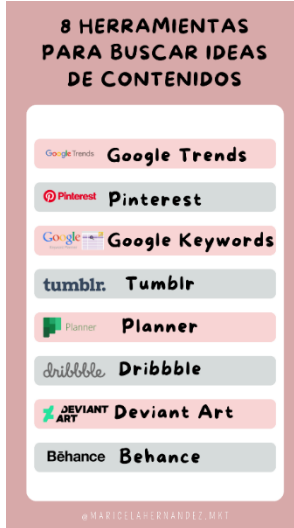
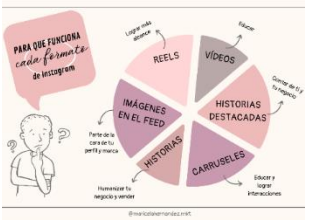


9/10/22	4:30 p.m.	Marketing de contenidos	Carrusel	Instagram	<p>Te regalo 4 tips para que apliques en tus historias y mejores tu interacción.</p> <p>Y recuerda: ¡Esto no es magia! No mejorarás de un día para otro, pero lo mejor que puedes hacer es ir cambiando tus estrategias hasta que encuentres la que mejor te funcione.</p> <p>Si te sirvió este post coméntame y regálame un like. ❤️</p>	

					<p>#tipshistorias #marketingdigital #contenidodevalor #redessociales #socialmedia</p>	<div data-bbox="1226 184 1542 483"> <p><b>MÚSICA</b></p> <p><b>Incorporar música:</b> Para lograr un mayor dinamismo y aportar valor al contenido. En cierta forma refuerza un concepto.</p> <p>Por ejemplo:</p> <p>Si quieres transmitir alegría entonces lo mejor será poner una canción con ritmo y potencia, pero si lo que quieres es transmitir paz y calma, elegirás una canción instrumental tranquila.</p> </div> <div data-bbox="1226 493 1542 787"> <p><b>CONTENIDO</b></p> <p><b>Sin sobrecarga visual:</b> No llenaría de textos extensos o exceso de imágenes, pues eso distrae a tu audiencia y le quita las ganas de seguir viendo otras historias.</p> <p>Es mejor que repartas la información en varias historias, con un texto más breve.</p> <p>Aparte si quieres destacar un producto, los fondos cargados se robarán el protagonismo y generarán ruido visual.</p> </div> <div data-bbox="1226 798 1542 1092"> <p><b>ENTRETENER</b></p> <p><b>¡Este punto es importante!</b> Si logras incorporarlo de forma correcta, entonces a corto plazo estarás viendo los resultados de tus visualización e interacción.</p> <p>Más allá de que lo principal es tu marca y poder "vender", también necesitas aportar un poco de humor y vida para mantener al público entretenido y a la expectativa.</p> <p>Por ejemplo:</p> <p>Subir memes de tu rubro, hacer trivias y más.</p> </div> <div data-bbox="1226 1102 1542 1396"> <p><b>SI TE GUSTÓ ESTE POST COMENTA Y DALE LIKE</b></p>  <p>@maricelahernandez.mkt</p> </div>
9/10/22	7:00 p.m.	Marketing de contenidos	Post	Facebook	<p>¿Sales poco de casa y crees que por eso no puedes crear contenido para tu marca?</p> <p>Te comparto 4 ideas para que las incluyas en tu estrategia de contenido.</p> <p>Recuerda que no necesitas mucho para hacer un buen contenido, solo un celular, ideas y tu disposición.</p> <p>¡No más excusas!</p>	<div data-bbox="1226 1407 1542 1921"> <p> <b>4 Ideas de contenido si sales poco de casa</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sube Reels explicando <b>conceptos</b> básicos y avanzados.</li> <li>2 Motiva a tu audiencia compartiendo <b>anécdotas</b> personales.</li> <li>3 Sube <b>historias</b> contando lo que trabajarás hoy.</li> <li>4 Muestra <b>herramientas</b> web que utilices todos los días.</li> </ol> <p>@maricelahernandez.mkt</p> </div>

					<p>Si te gustó ayúdame con un like. 👍</p> <p>#contenidodevalor #mktdigital #Ideasdecontenido #redessociales #socialmedia</p>	
10/10/22	8:00 a.m.	Marketing de contenidos	Reel	Instagram		
10/10/22	5:00 p.m.	Contenido de interacción	Encuesta	Facebook	<p>¡Feliz Lunes! Esta tarde les dejaré una encuesta para saber cuántos de ustedes conocen el concepto de KPI. Te agradecería que me dieras un poco de tu tiempo para responderla.</p> <p>#KPI #Encuesta #Marketingdigital #redessociales #socialmedia</p>	
11/10/22	10:00 a.m.	Marketing de contenidos	Post	Facebook	<p>¿Recuerdas que ayer te dejé una encuesta sobre si conocías el concepto de KPI?</p> <p>Pues en esta ocasión te quiero compartir el concepto de KPI. Es importante que conozcas este término, porque es necesario mirar</p>	


					<p>en diferentes parámetros para identificar posibles problemas, de modo que se puedan trabajar en ellos y cuando los entiendas sabrás si tu estrategia está funcionando correctamente.</p> <p>Recuerda seguirme si deseas ver más contenido como este y reaccionar al post si te gustó.</p> <p>#mktdigital #kpi #socialmedia #redessociales #contenidodevalor</p>	
11/10/22	8:30 p.m.	Contenido interactivo	Historia	Instagram		 <p>¿Sabes que herramientas puedes utilizar para buscar ideas de contenidos?</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p><small>Hashtags: #kpi #socialmedia #redessociales #contenidodevalor</small></p>

12/10/11	8:00 a.m.	Marketing de contenidos	Historia	Instagram		
12/10/11	3:00 p.m.	Marketing de contenidos	Infografía	Facebook	<p>¿Tienes Instagram y te has preguntado para que utilizar cada formato?</p> <p>Muchas veces queremos crear contenido para nuestra marca, pero no sabemos que formato se adecúa más al contenido que tenemos pensado crear.</p> <p>Es por eso que hoy te dejo una infografía para enseñarte para que te puede funcionar cada formato.</p> <p>¿Con cuál te quedas?</p> <p>#socialmedia #contenidoinstagram #contenidodevalor #redessociales #marketingdigital</p>	

13/10/22	8:30 a.m.	Contenido interactivo	Post	Facebook	<p>Frase del día:  “Que tu marca sea un vehículo para lograr impactar en otras personas”.</p> <p>Inspirándolos, ayudándolos a través de tu experiencia, conectando con cada uno y mostrándoles que es posible para ellos también.</p> <p>#marketingdigital  #socialmedia  #frasedemarketing  #marcapersonal</p>	
13/10/22	7:30 p.m.	Contenido interactivo	Cuestionario - Historia	Instagram		



14/10/22	8:00 a.m.	Marketing de contenidos	Historia	Instagram		 <p><b>MARCA PERSONAL</b></p> <p>La marca personal o Personal Branding es la huella que dejas en los demás, con cada acción o comunicación que llevas a cabo.</p> <p>Es decir, es la manera en que te reconocen las personas, gracias a todo aquello que haces, transmites y expresas.</p>
14/10/22	7:00 p.m.	Marketing de contenidos	Reel	Facebook	<p>¿Sabías que sin buenos titulares tu contenido puede pasar desapercibido?</p> <p>Los titulares son los que causan la primera impresión, de ello depende que tus seguidores realicen una interacción en tu contenido.</p> <p>Si te han sido de utilidad estas recomendaciones, regálame un like o comentario.</p> <p>#redessociales #titulares #marketingdigital #socialmedia #tips</p>	 <p>Recomendaciones para crear titulares de impacto</p>
15/10/22	9:45 a.m.	Marketing de contenidos	Infografía	Facebook	<p>¿Conoces cuáles son los 4 tipos de audios que puedes usar en un Reel?</p> <p>Te comparto la información en este post para que los conozcas.</p> <p>Como sabes la música o audios que usamos son muy importantes a la hora de posicionarlos, por eso</p>	 <p>4 TIPOS DE AUDIOS QUE DEBES USAR EN REELS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>PROPIOS: Usar tu voz o música que grabes con tu teléfono.</li> <li>VOICE OVER: Usar una voz que no sea la tuya para narrar o explicar.</li> <li>LIP SYNC: Usar audios que estén sincronizados con los labios de alguien.</li> <li>MÚSICA: Usar audios de la biblioteca de Instagram.</li> </ul>

					<p>debes elegir el que mejor se adecue a tu contenido.</p> <p>¿Cuál de los 4 utilizas más? ¡Te leo! 📌📌</p> <p>#audiosparareel #reel #redessociales #contenidodvalor #mktdigital</p>	
15/10/22	3:45 p.m.	Marketing de contenidos	Post	Instagram	<p>¿Qué tanto te fijas en el contenido y frecuencia de tus historias?</p> <p>Subir una historia a tu Instagram puede generar mucha interacción, y para no que puedas sacarle provecho a esta herramienta, te dejo esta lista de 4 errores comunes que debes evitar.</p> <p>¿Cometes alguno de estos? ¡Te leo! 📌📌</p> <p>#erroresinstagram #mktdigital #redessociales #checklist #socialmedia</p>	

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

¿Qué son los KPIS?: Definición, claves y ejemplos. (s/f). ESERP Digital Business & Law School.

Recuperado el 14 de septiembre de 2022, de <https://es.eserp.com/articulos/que-son-los-kpis/>

Fuentes, C. (s.f.). Casa Fuego. Obtenido de <https://www.casafuego.com/blog/marketing-digitallineas-de-contenido>

Galiana, P. (2022, febrero 2). *Cómo hacer un análisis de la competencia para dominar el mercado.*

IEBS. <https://bit.ly/3YEPEHa>

Hotmart. (2022, marzo 3). *Conoce los canales de comunicación más utilizados para enamorar a tus*

*clientes.* Hotmart/BLOG. <https://bit.ly/428S0RD>

Ponce Talancón, H. (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de*

*estrategias de intervención en diversas organizaciones* (vol. 12, núm. 1). Enseñanza e

Investigación en Psicología. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Siqueira, A. (18d. C., marzo 26). *Qué es un buyer persona: pasos, ejemplos y generador online.* RD

Station. <https://bit.ly/409y67n>