

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA "BOOM STORE"

PRESENTADO POR:

ELIZABETH JERUSALÉN MARTÍNEZ LÓPEZ

CARNÉ:

(ML15031)

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

DOCENTE DEL CURSO:

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,**

17 DE ABRIL DEL 2023

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

VICERRECTOR ACADÉMICO:

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

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

AGRADECIMIENTOS

Recuerdo cuando era muy pequeña y admiraba a quienes trabajaban y estudiaban la vez, nunca imaginé convertirme en uno de ellos, fueron más de 6 años de mucho esfuerzo y dedicación los que ahora me permiten cerrar una etapa de mi vida.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme salud, fuerza y sabiduría para terminar mi carrera con éxito. La finalización de esta Licenciatura fue posible gracias al apoyo incondicional de mis padres y familia: Especialmente a mi madre Xiomara quien es la principal promotora de mis sueños y a mi hermana Sarita quien creyó en mí durante toda mi carrera.

También, no puedo pasar por alto a quienes me formaron académicamente, un logro como este, siempre es fruto de un conjunto de esfuerzos de muchas personas, me encantaría escribir el nombre de cada una, pero no terminaría ahora, es por eso que agradezco a todos los que algún momento me motivaron a seguir y ayudaron a crear en mí una mujer de éxito.

¡No puedo decir otra palabra más que, gracias!

ÍNDICE

CONTENIDO	No. DE PÁGINA
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	7
Antecedentes de la marca.....	7
Situación actual.....	8
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	10
OBJETIVOS COMERCIALES.....	11
KPIS.....	11
FODA.....	12
Conclusión del Análisis FODA.....	12
REDES SOCIALES DE LA MARCA.....	13
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
Primera marca: Relojes Felicity Collection.....	15
Segunda marca: Pomonte.....	17
Tercera Marca: Alpha Store Sv.....	19
Cuarta Marca: Relojes Karla.....	21
LÍNEAS DE CONTENIDO.....	29
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	30
Facebook: BOOM store.....	31
Instagram: Booms_Store.....	35
WhatsApp Business: +50368385888.....	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
ANEXOS.....	43

RESUMEN

El curso de especialización en Medios Digitales y Redes nos dejó claro la importancia que tiene el mundo digital, con base a los conocimientos adquiridos presento el desarrollo de una Estrategia de Marketing basada en 3 principales redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp Business) que actualmente son de mucha relevancia en el mundo tecnológico. Esta práctica profesional está fundamentada en un emprendimiento propio conocido como “Boom Store” a quien se le estudió para la realización de un plan estratégico, que parte desde la construcción de identidad a través de creación de un isologo, determinación de objetivos, valores empresariales, investigación del público meta y análisis de la competencia. Estos y otros elementos plasmados en este proyecto nos confirman la importancia de la planificación digital como un proceso flexible, continuo e integral que permite la implementación y desarrollo de ideas estructuradas para facilitar un análisis de resultados y con base a estos crear nuevos planes que contribuyan a una mejor visibilidad, posicionamiento y crecimiento de la marca.

Palabras clave: Marca; Marketing Digital; Posicionamiento; plan estratégico; SEO; Boom Store; Estrategia Digital; Engagement; Redes sociales; Copy.

INTRODUCCIÓN

El Marketing es una de las más importantes herramientas para todo tipo de negocios, empresas y organizaciones. En este trabajo exploraremos una Estrategia Digital basada en un conjunto de técnicas planificadas que permiten una mejor organización y desarrollo de nuestra Marca.

En este sentido, a través de Boom Store se ha construido un plan de acción que incluye una serie de tareas. Para ello, hemos iniciado con un estudio y análisis de la marca para identificar nuestros objetivos los cuales están basados en el crecimiento y visibilidad de nuestras páginas.

Así mismo, hemos utilizado el análisis FODA, el cual nos permite conocer 4 aspectos importantes de nuestro emprendimiento: Identificar nuestras fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, nos permiten pasar a la fase de estudiar a nuestra competencia y tener una mejor visualización sobre el posicionamiento de nuestra marca.

Posterior a esto, daremos a conocer nuestras líneas o pilares de contenido, las cuales consisten en establecer el tema o tipo de contenido que vamos a planificar, esto con base a los estudios previamente realizados.

Finalmente, compartimos un calendario de contenido para redes sociales, el cual resume todo el análisis realizado. Este último reúne 30 publicaciones de tres diferentes redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) La planificación se encuentra para un lapso de 15 días en las que se comparten 2 publicaciones diarias.

Es importante mencionar, que hemos utilizado una serie de técnicas y métodos que contribuyen a una mejor propuesta de estrategia. Sin embargo, este trabajo es solo un informe con los datos más importantes de todo el estudio realizado.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Antecedentes de la marca

La marca nace a finales del 2020 cuando entré a una tienda que vendía productos por mayoreo, dentro de los cuales se encontraba una variedad de relojes. Recuerdo que debía comprar como mínimo 3 del mismo estilo para que su precio fuera cómodo y de mayoreo, me gustó tanto el producto que pensé que podía quedarme con 1 de cada estilo y poder regalar los otros dos a quien yo quisiera.

Sin embargo, la primera vez que me puse el primer accesorio para ir a la universidad donde estudié Licenciatura en Periodismo, una amiga me dijo que le encantaba mi reloj y me preguntó dónde lo había comprado, porque ella andaba buscando uno igual, le respondí inmediatamente que yo los vendía y el día siguiente llevé los 12 relojes que había comprado, me motivé tanto porque ese mismo día en mi salón de clases vendí 3 relojes y desde entonces comenzaron a preguntarme por más estilos y colores.

Con el tiempo, más personas me preguntaban sobre relojes en los lugares que frecuentaba y es ahí donde puntualmente nace la necesidad de crear una página a la que todos los interesados tuvieran acceso.

A inicios de noviembre del 2020 se creó la cuenta en Facebook como BOOM store y en Instagram como Booms_tore con el objetivo de mostrar los productos de la marca.

Logo de la marca



Situación actual

Boom Store cuenta con 2 años de trayectoria, dedicándose a la promoción y venta de diferentes estilos de relojes.

La supervivencia de la marca se da a través de la promoción del producto en 2 redes sociales: Facebook que actualmente cuenta con 217 seguidores e Instagram con 1,181. Es importante mencionar que durante la existencia de Boom Store nunca se realizó una planificación de contenido ni mucho menos una estrategia, todo se hacía de forma improvisada y rápida con el objetivo de mostrar el producto y vender.

Durante todo el tiempo de existencia de la marca las redes han sido administradas por la creadora del negocio y es la que se ha encargado de darle mantenimiento durante su existencia.

La falta de conocimiento en marketing ha hecho que el crecimiento en redes sociales no sea 100% efectivo, debido a que nunca se creó contenido de valor que permitiera posicionarse en el mercado a través del SEO (Optimización de los motores de búsqueda), solo se tomaban fotos a los relojes y se subían a las cuentas con un copy básico que únicamente informaba colores disponibles y en ocasiones el precio del producto.

Por otra parte, podemos mencionar que la marca dejó de enfocarse en un estilo simple y básico de reloj y ahora se cuenta con diferentes tipos de relojes, dentro de ellos:

Formales: Es un estilo bastante simple compuesto por un brazalete de cuero de color uniforme, fondo claro sin diseño y marcadores en números. Dándole un toque básico, pero ligeramente elegante.

Elegantes: Son relojes más versátiles y clásicos, pueden tener una esfera redonda muy grande y atractiva, sus brazaletes suelen ser de acero por lo que son ideales para asistir a ocasiones especiales.

Casuales: Están integrados por un brazalete de acero, silicona, lona o piel en colores neutros.

En la mayoría de casos son digitales ya que permiten dar la hora con mayor facilidad.

Deportivos: Es un estilo con múltiples características, está compuesto por un brazalete de goma con material resistente, ideal para utilizarlo en situaciones extremas o rutinarias.

Inteligentes: Es un reloj con brazaletes de goma dotado con funcionalidades que van más allá de uno convencional. Sus funciones más básicas son: alarma, cronómetro, monitoreo del ritmo cardíaco, Bluetooth y muchas opciones más, ideal para los amantes del mundo tecnológico.

Nuestro ofrecimiento de productos ha crecido es por eso que también hemos ampliado nuestros servicios de envíos a nivel nacional con un costo adicional y así mismo, hemos extendido nuestras formas de pago: Sabemos lo importante que es ir de la mano con la tecnología, es por eso que decidimos abrir una cuenta bancaria para que los pagos sean más rápidos y de forma segura.

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

GENERAL 1:

Aumentar el alcance en redes sociales, incrementar un 5 % de seguidores más por mes, se logrará a través de diferentes contenidos publicados durante 6 meses.

- **ESPECÍFICO 1.1**

Obtener más seguidores en Facebook, ganar 10 fans por mes, un 5% más de los 200 actualmente, se logrará publicando contenido de forma diaria para que el producto tenga mayor alcance durante 3 meses.

- **ESPECÍFICO 1.2**

Conseguir mayor visibilidad en Instagram, incrementando el alcance de cada publicación a 150 cuentas, un 15% más del actual, se logrará a través de difusión de contenido de valor, ventas e informativo en un periodo de 3 meses.

GENERAL 2:

Crecer en ventas a través de redes sociales, incrementar un 25% más por mes, se alcanzará a través de promociones publicadas semanalmente/mensualmente durante 1 año.

- **ESPECÍFICO 2.1**

2.1 Crecer en ventas a través de Instagram y Facebook, realizando un 25% más de la actualidad, se pretende conseguir mediante promociones de nuestros productos a nuevos clientes con el fin de aumentar las posibilidades de compras en un periodo de 3 meses.

- **ESPECÍFICO 2.2**

2.2 Incrementar ventas de clientes directos en WhatsApp, obtener un 25% más de la actualidad. Se conseguirá por medio de promociones especialmente para clientes ya existentes con el objetivo de fidelizarlos en un periodo de 3 meses.

OBJETIVOS COMERCIALES

- Posicionar el producto por encima de la competencia.
- Registrar la marca como una empresa mayorista.
- Aumentar el alcance nuestro contenido en redes sociales.
- Captar nuevos clientes.
- Incrementar las ventas.

KPIS

Los KPIS o Key Performance Indicators: son las métricas que vamos a utilizar para evaluar el rendimiento de nuestro plan de contenido.

- Aumento de visitas por canal: cantidad de usuarios que ingresan a nuestras redes sociales.
- Alcance de las publicaciones: Número de usuarios que vieron nuestro contenido en el inicio (Ventana inicial de cada red)
- Aumento de likes: Cantidad de nuevos seguidores en nuestros diferentes canales.
- Aumentar las ventas mensualmente: Número de ventas realizadas y generadas a través de nuestras redes sociales por cada mes.
- Determinar promociones que han generado interés: Contar el contenido promocional que más generó engagement.
- Promociones que el cliente abandonó en el proceso de compra: Calcular el porcentaje de clientes que sí se interesaron en el producto, pero no concluyeron su compra.
- Uso de Call to Actions.
- Uso de 4 a 7 hashtags claves por publicación.

FODA

Es una técnica de estudio que permite obtener información valiosa y evaluar el desempeño de una organización en el mercado. (Talkwalker, s.f.)

Su nombre es un acrónimo de las palabras: Fortaleza, Oportunidades, Debilidad y Amenazas.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Capacidad de inversión en producto minorista.-Calidad y garantía en los productos que vendemos.-Ofrecemos accesorios a bajo costo.-Contamos con envío a todo El Salvador.-Puntualidad y seguridad en todas nuestras entregas.	<ul style="list-style-type: none">- Compartir más contenido de valor a nuestros clientes-Crear un catálogo con todos nuestros productos.-Tenemos el objetivo de ser una tienda mayorista.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">-No somos una marca reconocida en el mercado.-No tenemos un local donde el cliente pueda ver el producto y se asegure que el que le presentamos en foto es el mismo.	<ul style="list-style-type: none">-Tenemos mucha competencia con tiendas en línea o producto Marketplace.-Fidelizar a clientes potenciales que están adquiriendo el mismo producto en otra marca.-Aumento de costos en nuestros.

Conclusión del Análisis FODA

Creemos que tenemos las herramientas necesarias para hacer crecer nuestra marca, contamos con un buen equipo y producto de calidad que nos puede posicionar ante la competencia.

Consideramos que nuestras fortalezas son suficientes para radicar nuestras debilidades, estamos trabajando en nuestras oportunidades de mejora como marca para fidelizar a nuestros clientes y poder sobrellevar cualquier tipo de amenaza.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Facebook: Se eligió por ser considerada una red con un gran número de perfiles, dentro de ellos nuestro público objetivo. La consideramos una buena plataforma para negocios ya que nos ha permitido desarrollar diferentes contenidos en formato de imagen/video y en vivos.

Destaco que las herramientas de Facebook facilitan tener mayor control del alcance que tienen nuestras publicaciones, esto nos permite analizar adonde está llegando nuestro producto y qué tipo de personas lo está visualizando.

Finalmente, podemos mencionar que está ligada a Marketplace lo que permite que otras personas nos reconozcan por la calidad de producto publicado y terminan siendo parte de nuestra comunidad.

Instagram: Se seleccionó por ser una red que cuenta con público joven y estos son la mayor parte de nuestros clientes. Sus herramientas son funcionales, a pesar de ser una plataforma que aparentemente no tiene muchas utilidades, las tiene y son ideales para tener una cercanía con el público, con esto me refiero a que través de una historia puedo saber quién ve mi contenido, si reacciona puedo saber que presta atención a lo que publico.

En pocas palabras, podemos mencionar que en esta red nos permite diferenciar la cuenta como negocios de las demás, brindándonos más herramientas para conocer y ampliar nuestro público objetivo.

WhatsApp Business: Se eligió debido a que permite una comunicación de manera más ágil y directa para completar una venta con el cliente. Este canal nos permite guardar a nuestros clientes como contactos y etiquetarlos como queramos, por ejemplo: Nuevo pedido, pago pendiente, pagado, pedido finalizado.

Por lo que consideramos que mejora organización de nuestro negocio, dentro de esta red también podemos tener catálogos de nuestros productos de forma visible para cualquier público. Además, nos permite tener un seguimiento del cliente, dado que al guardar el contacto tenemos la oportunidad de ofertar un nuevo producto a quienes sabemos que están interesados.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este apartado conocemos 4 marcas que promueven el mismo producto, analizaremos cómo trabajan y el por qué consideramos que son nuestra competencia. Todo esto con el objetivo de identificar las oportunidades que tenemos contra ellos.

En este cuadro podemos observar los nombres de las marcas y las redes sociales con las que cuentan.



Checklist inventario digital de mi competencia

Nombre de la competencia	 Facebook	 Web	 Instagram	 Twitter	 Tik tok
Felicity Collecttion	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Pomonte	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Alpha Store	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Relojes Karla	<input checked="" type="checkbox"/>				

Primera marca: Relojes Felicity Collection



Es una tienda en línea minorista dedicada a la promoción y venta de relojes en El Salvador.

¿Cómo se comporta mi competencia en redes sociales?

Es una cuenta bastante atractiva visualmente, cada publicación tiene un copy básico indicando precio del producto y detalles de la tienda. Sin embargo, no muestra contenido de valor en ninguna de sus publicaciones.

¿Qué tan frecuente pública? Frecuentemente, la mayoría de publicaciones son cada 5-7 y en ocasiones tarda 1 vez cada 15 días máximo en publicar.

¿Qué publica la marca? Realiza publicaciones relojes digitales y análogos para mujer y hombre. Vende la idea que sus productos tiene un super descuento que hace atraer al usuario.

¿En qué nos diferenciamos? La marca no suele crear contenido de valor, solo publica marketing de contenido con una descripción breve del producto y de la tienda.

¿Qué oportunidades tengo contra ellos? Considero que es marca atractiva, ya que todas sus publicaciones cuentan con un diseño, descripción de la venta y precio. Sin embargo, pienso que está enfocada en vender estilos por su apariencia y precio sin importar si es el reloj ideal para el cliente. Nuestra marca Boom Store también ofrece precios muy bajos, pero a diferencia de Felicity, nos encargamos que el producto sea el ideal para el cliente a través de contenido de valor en nuestras redes.

Segunda marca: Pomonte



Es una tienda en línea minorista dedicada a la promoción y venta de relojes y joyería en El Salvador.

¿Cómo se comporta mi competencia en redes sociales?

Es una cuenta bastante activa, Sin embargo, no cuenta con un experto para publicar su contenido porque sus publicaciones no están optimizadas con SEO, pero es de destacar que las fotos del producto son de alta calidad.

¿Qué tan frecuente publica? Frecuentemente, la mayoría de publicaciones son diarias, pero en ocasiones pueden tardar de a 3 7 días máximo en publicar.

¿Qué publica la marca? Realiza publicaciones de relojes, cadenas, anillos, para hombres y mujeres. Brinda la idea que la joyería y relojería que venden es el regalo perfecto para adquirir o regalar.

¿En qué nos diferenciamos? La marca no suele crear contenido de valor, solo publica accesorios con una descripción breve del producto.

¿Qué oportunidades tengo contra ellos? Considero que es una competencia bastante grande, porque a pesar que no suele crear contenido de valor, ni usar copys muy bien elaborados es visualmente atractiva. Podemos ver que las imágenes son de alta calidad, por lo que al entrar a su cuenta se puede ver bastante bonita y esto es lo que hace que sus clientes consuman. A pesar de ser una alta competencia Boom Store tiene precios mucho más bajos que Pomonte por lo que creemos que cualquier cliente de ellos puede preferirnos.

MEJORES PUBLICACIONES

1



2



3



Las 2 primeras publicaciones pertenecen a Instagram las elegimos por el alto nivel de reacciones ya que visualmente atraen. La última pertenece a Tikt Tok y aunque no tenga muchas reacciones es un contenido de valor que explica como limpiar las joyas.

Por otro parte, comentar que en esta marca no se cuentan con copys atractivos que atraen al cliente, por lo que podemos determinar que su estrategia de venta es a través de lo visual, ya que todas las fotos cuentan con una buena calidad.

Tercera Marca: Alpha Store Sv



Es una tienda en línea minorista dedicada a la promoción y venta de relojes en El Salvador.

¿Cómo se comporta mi competencia en redes sociales?

Es una cuenta bastante atractiva visualmente, cada publicación tiene un copy de venta indicando precio del producto y detalles de la tienda.

¿Qué tan frecuente publica? Realizan publicaciones frecuentemente, casi que a diario.

Sin embargo, hay días que demoran en publicar de 3 a 7 días.

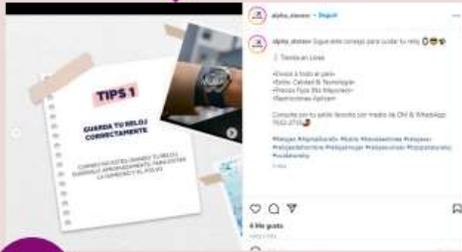
¿Qué publica la marca? Realiza publicaciones de marketing de contenido sobre relojes para hombres y mujeres. Brinda la idea que es el reloj que venden es ideal para el cliente.

¿En qué nos diferenciamos? Boom Store crea contenido de valor donde el cliente se pueda identificar con el reloj y estilo y así pueda comprar según su necesidad.

¿Qué oportunidades tengo contra ellos? Creemos que los clientes de esta marca tienen un contenido atractivo visualmente, es una competencia alta, sus precios son muy accesibles, publican ocasionalmente contenido de valor y este tiene un alto nivel de alcance. Sin embargo, Boom Store aparte de tener un equilibrio en esa parte con ellos, puede brindar una mejor asesoría del producto, ya que conocemos lo que estamos vendiendo por lo que podemos dar especificaciones y detalles del estilo que al cliente le conviene más.

MEJORES PUBLICACIONES

1



2



3



Hemos destacado 3 publicaciones, dentro de ellas 2 de Instagram y 1 de Facebook. La marca además de publicar marketing de contenido también publicaciones de contenido de valor, en donde comparte tips para que los relojes puedan ser más duraderos. Es una competencia bastante alta para nuestra marca por sus precios son bajos, utiliza hashtag que lo posicionan en el mercado.

Cuarta Marca: Relojes Karla



Es una tienda en línea minorista dedicada a la promoción y venta de relojes en El Salvador.

¿Cómo se comporta mi competencia en redes sociales?

Es una cuenta que no está en constante actualización, se evidencia que tampoco se cuenta con un experto para publicar su contenido porque sus publicaciones de están optimizadas con SEO.

¿Qué tan frecuente pública? Publican vez cada semana, en raras ocasiones 1 vez cada 15/10 días.

¿Qué pública la marca? Realiza publicaciones de marketing de contenido sobre relojes para hombres y mujeres. Brinda la idea que es el reloj ideal, promociona marcas, lugares de envío y teléfono para que les puedan contactar.

¿En qué nos diferenciamos? Esta marca no crea contenido de valor, ni se mantiene activa en redes sociales.

¿Qué oportunidades tengo contra ellos? Considero que los clientes de la empresa Relojes Karla pueden preferirnos, ya su ellos en sus publicaciones resaltan las marcas para adquirir los productos. A diferencia de Boom Store que primero proporciona contenido de utilidad al cliente, para que este se identifique, sepa cuál accesorio le sirve más en su vida cotidiana y cuál se adecúa más a su estilo de vestimenta diario.

MEJORES PUBLICACIONES

1



2



3



Hemos destacado 3 publicaciones: Es importante mencionar que no se han considerado las mejores publicaciones en cuestión de contenido ya que marca tiene una plantilla de copy que es utilizada todas sus publicaciones, pero se consideró como las mejores porque tienen mayor aceptación del público, es decir más reacciones y comentarios que sus demás publicaciones.

BUYER PERSONA

En este apartado conoceremos 3 perfiles semificticios, basados en nuestros consumidores reales, cada uno representa un comprador ideal para nuestra marca. (Peçanha, 21)

Buyer 1 | Nombre: Lucía Navidad

Edad: 25 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Soltera

Ciudad de residencia: San Salvador

Profesión: Licenciada en Mercadeo

Ocupación: Jefa de Mercadeo en Almacén Simán

Ingresos: \$700-\$800

Biografía

Lucía es una joven con un buen estilo para vestirse ya que su cargo lo requiere, ella siempre está buscando crear estrategias que mejoren los servicios de su empresa para conectar con clientes potenciales.

Objetivos

- Desarrollar estrategias capaces de atraer a nuevos clientes
- Analizar las tendencias del mercado para evaluar la rentabilidad de nuevas campañas
- Velar por el cumplimiento de estándares de calidad en el servicio.
- Conocer la necesidad de sus clientes para en un futuro liderar su propia empresa.

Pasatiempos

- Realizar compras online, cocinar y pasar en redes sociales

Personalidad

-Creativa 94%

-Extravertida 83%

Retos

-Innovar estrategias que permitan fidelizar a los clientes potenciales con su marca

-Mejorar las políticas con base a las necesidades de los clientes

Temores

-Miedo a no cumplir las necesidades de sus clientes

-Miedo a no crecer profesionalmente

Necesidades

Dar una buena presentación, significa que debe combinar sus trajes y accesorios para que mantenga un estilo formal en su día a día.

¿Cómo podemos ayudarle?

Boom Store ofrece relojes formales que añaden estilo y confianza a cualquier outfit.

Pieza gráfica



Buyer 2 | Nombre: David Méndez

Edad: 19 años

Sexo: Masculino

Estado Civil: Soltero

Ciudad de residencia: La Libertad

Profesión: Bachillerato

Ocupación: Asesor de soporte técnico en Atento

Ingresos: \$400

Biografía

David es un joven que inicia en el mundo laboral, hace 6 meses obtuvo su primer empleo como soporte técnico en un Call Center.

Objetivos

- Desarrollar habilidades en el deporte que le permita competir a nivel internacional
- Mejorar su resistencia, velocidad y fuerza en el deporte
- Estudiar Licenciatura en Educación Física
- Obtener el empleo de sus sueños que le permita comprar su propia casa y carro

Pasatiempos

- Jugar Fútbol/Natación
- Entrenamiento (GYM)
- Redes sociales

Personalidad

- Disciplinado
- Sensitivo

-Amable

Retos

-Mejorar su condición física para competir a nivel nacional e internacional

-Conseguir el trabajo de sus sueños (Entrenador reconocido)

Temores

-Miedo a no obtener el trabajo de sus sueños y a no crecer profesionalmente

Necesidades

David necesita relojes resistentes al agua, con el que pueda practicar cualquier deporte sin miedo a que su sudor lo arruine.

¿Cómo podemos ayudarlo?

Nuestra marca Boom Store le ofrece relojes resistentes al agua y a golpes, creados con materiales de mayor duración.

Pieza gráfica



Buyer 2 | Nombre: Karen Salguero

Edad: 21 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Soltera

Ciudad de residencia: Soyapango

Profesión: Estudiante de Primer año de idiomas

Ocupación: Servicio al cliente Pizza Hut

Ingresos: \$550

Biografía

Karen es una chica con una vida muy cómoda, disfruta vestirse casual, goza mucho su juventud y vive en casa de sus padres.

Objetivos

- Comprar una casa y carro
- Ascender a un mejor puesto/empresa
- Aprender inglés

Pasatiempos

- Películas
- Visitar parques y/o playas
- Redes sociales

Personalidad

- Paciente
- Extrovertida y cero complicada

Retos

- Trabajar y estudiar al mismo tiempo
- Aprender vocabulario en inglés

Temores

- Miedo a no cumplir sus aspiraciones
- Miedo a no encontrar la persona ideal

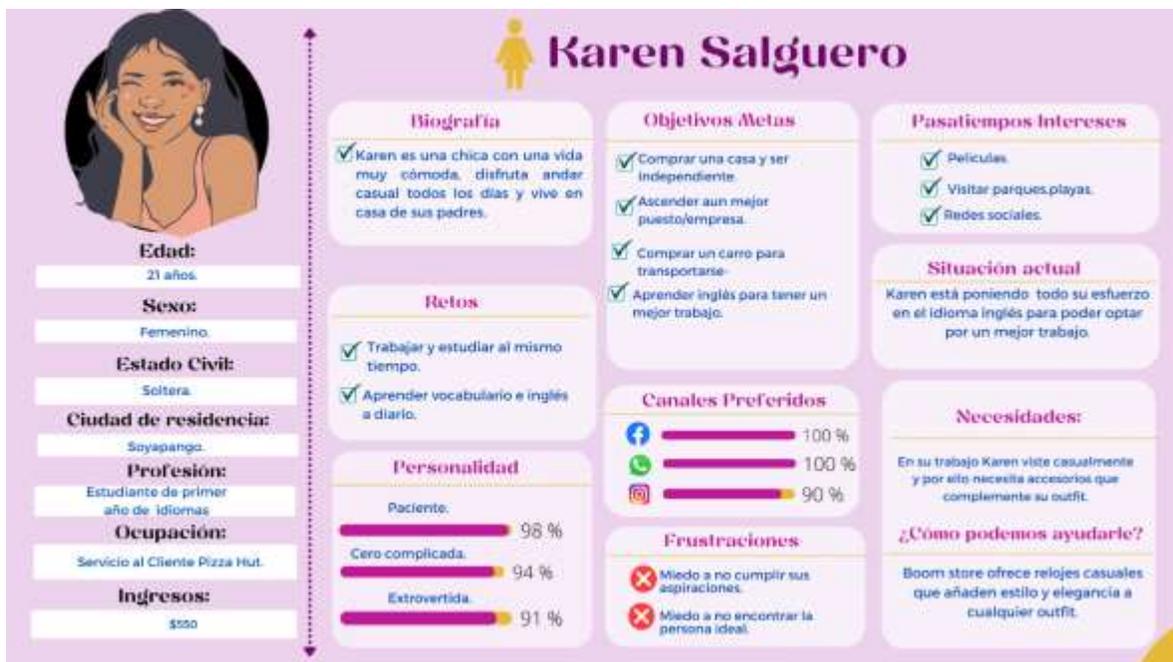
Necesidades

En su trabajo Karen viste casual, debido a que es parte del servicio al cliente, por lo que requiere relojes básicos que complementen su outfit.

¿Cómo podemos ayudarlo?

Boom Store ofrece relojes casuales que puede combinar con su vestimenta cotidiana.

Pieza gráfica



LÍNEAS DE CONTENIDO

Marketing de Contenido	Branding	Educativo	Ventas	Interacción
Post Conoce el tipo de reloj que necesitas según tu ocupación (Accesorios hablan de tu ocupación)	Post compartiendo 5 datos de la marca.	Post Identifica si un reloj es resistente al agua	Post Promoción del mes: por la compra de cualquier reloj, llévate una caja de regalo GRATIS.	Post Testimonios de clientes
	Post Conoce los tipos de productos ofrecemos	Tutorial Truco para que tu batería dure más.	Post Envío gratis por TIEMPO LÍMITADO (Compras del 15 al 30 de octubre)	
Post Beneficios de utilizar reloj inteligente “La tecnología detrás de un solo accesorio”	Post Lugares de envío	Historia Tres tips para cuidar tus relojes	Post Descuento de 10% en tu segunda compra.	Post Sorteo/Giveaway se les invita a que participen con solo realizar 3 pasos.
	Post Formas de pago		Sport Oferta por tiempo limitado: TODOS los relojes Casio a \$16 dólares sin excepción de estilo. (Válido hasta el 17 de octubre)	
Spot ¿Por qué invertir en un reloj si puedo ver la hora desde mi teléfono?	Story Redes sociales y horarios de atención	Story Tutorial: Conoce y aplica funcionalidades de un reloj Casio digital	Story Venta Flash - liquidación de productos	Story Meme sobre reacciones de clientes a las ofertas
	Story Equipo de trabajo			
Story Datos que debes saber para comprar un reloj	Story Valores de la marca	Story Tutorial cómo ajustar relojes Casio	Story Promoción de relojes deportivos	
	Story Logo de marca			
Story Conoce el tamaño de diámetro de tu reloj según tu muñeca.	Story- Beneficios de comprar con Booms Store	Story Cómo limpiar tus relojes de acero.		
	Story 5 Datos de la creadora de la marca			

CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario es una planificación de publicaciones en diferentes formatos que tienen como objetivo organizar los contenidos de acuerdo a temáticas, estilos, temporadas y canales de difusión. En toda estrategia de Marketing es de suma importancia crear diferentes piezas gráficas que aporten valor y beneficios al público, ya que con esto podemos lograr la atracción de nuevos clientes potenciales. Es decir, aquel usuario que puede convertirse en comprador y/o consumidor de un producto. (Tiendanube, 2019)

Existen distintos elementos útiles para la creación de un calendario. Sin embargo, en este proyecto los organizaremos por:

Fecha: Día en el que se hará la publicación.

Horario: Tiempo en el que se hará la publicación.

Línea de contenido: Hace referencia al tipo de publicación que se va a realizar (Story, post, encuesta entre otros)

Formato: Hace referencia al modelo de la publicación (Video, imagen, gif)

Copy: Texto creativo que acompaña la publicación.

Descripción gráfica: Composición visual.

La propuesta de calendarización está organizada para un periodo de 15 días partiendo del 3 hasta el 17 de octubre del 2022. Cabe mencionar que cada red cuenta con su calendario el cual está estructurado por 70% de contenido de valor, 20% de contenido de venta y un 10% de contenido de venta.

Facebook: BOOM store

Fecha Horario	Línea de contenido	Formato	Copy	Descripción gráfica
Lunes 3 8:00 A M	Branding	Post check list	<p>¿Te gustaría conocer un poco de la historia de nuestra marca? 😞</p> <p>Somos una tienda en línea dedicada a la promoción de todo tipo de relojes.</p> <p>Tenemos más de un año llevando estilo a la vida de muchas personas. 💡💖</p> <p>Conócenos más y sé parte de nuestra comunidad con estilo. 🎉</p> <p>#Boomstore #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	
Martes 4 1:00 P M	Marketing de Contenido	Post Video	<p>¿Te has preguntado si el accesorio que usas es adecuado según tu ocupación/ambiente en qué te mueves? 😞</p> <p>¡No todos los relojes son para todas las personas! 💡💡</p> <p>Los accesorios también hablan de quién eres, mira el video y encontrarás tu estilo de reloj ideal. 👁️</p> <p>#Boomstore #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	
Jueves 6 8:00 A M	Contenido promocional	Post publicitario	<p>🔊🔊 PROMOCIÓN DEL MES 🔊🔊</p> <p>Por la compra de cualquier reloj, llévate una caja de regalo GRATIS.</p> <p>¡Cómpralo ya! 💰</p> <p>#Boomstore #Oferta #Gratiscajaregalo #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	

<p>Viernes 7 1:00 PM</p>	<p>Contenido de interacción</p>	<p>Post Imagen</p>	<p>Conoce las opiniones de nuestros clientes. 🌟🌟🌟 Más de 60 personas han sido marcadas por nuestra marca. ¿Y tú ya adquiriste tu reloj favorito? ¡Únete y disfruta! #Boomstore #Testimonios #Túopiniónimporta #Accesorios #Relojes #EstiloSV</p>	
<p>Domingo 9 8:00 AM</p>	<p>Branding</p>	<p>Post Imagen</p>	<p>¿Necesitas agregar estilo a tu Outfit? Llevarlo a cabo, no tiene que ser complicado. Boom Store tiene 5 tipos de relojes ideales para ti. ¡Aquí te mostramos nuestros productos! 🎯🎯 #Reloj #Elegante #Formal #Inteligente #Casual #Deportivos #AccesoriosSV #Estilo</p>	
<p>Lunes 10 1:00 P M</p>	<p>Marketing de Contenido</p>	<p>Post check list</p>	<p>¿Te imaginas tener acceso a tantas aplicaciones con solo un accesorio? Sí, los relojes inteligentes llegaron para quedarse. Ahora es posible tener un solo artefacto y más de 14 beneficios. ¡Conócelos ahora! ⬇️⬇️ #Relojesinteligentes #Smartwatch #Accesorios #Tecnología #Estilodigital</p>	

<p>Miércoles 12 8:00 A M</p>	<p>Contenido promocional</p>	<p>Post Gif</p>	<p>¡Entregas rápidas y seguras! No te puedes perder nuestra promoción, recibe tu reloj sin NINGÚN COSTO de envío en zonas metropolitanas ¡Pedí el tuyo ya! 📦👉 #Relojes #Casio #Envíosgratis #EntregasSV #Accesorios #Tecnología</p>	
<p>Jueves 13 1:00 P M</p>	<p>Branding</p>	<p>Post Imagen</p>	<p>📍 El reloj que buscabas está #Máscercadeti Hemos ampliado nuestras rutas de entrega, ahora contamos con envíos a todo El Salvador. Contamos con personal: responsable y cuidadoso para entregar nuestro producto hasta la puerta de tu casa si lo deseas. 🏠📦🚚 #Tiendaenlínea #Relojes #Pedidos #EntregasSV #Envíos #ElSalvador</p>	
<p>Sábado 15 8:00 A M</p>	<p>Educativo</p>	<p>Post Check list</p>	<p>Datos que no sabías sobre los relojes contra agua. ¿Sabías qué, no todos los relojes son sumergibles o impermeables? Si estás interesado en alguno, pero no sabes cómo identificar si es 100% resistente al agua. ¡No te preocupes, aquí te lo explicamos! 🙌👉 #Relojcontraagua #Waterresistant #Accesorios #ModaSV #Relojparanadar</p>	

<p>Domingo 16 1:00 P M</p>	<p>Educativo</p>	<p>Post Video tutorial</p>	<p>¿Cansado que tus relojes análogos no duren lo suficiente? 😞 Ya no sufras más, te traemos un truco para que tu batería dure como mínimo 6 meses. Mira el vídeo y consíguelo con solo un paso. ↓ #Trucosrelojes #Bateríamásduradera #Accesorios #ModaSV</p>	
------------------------------------	------------------	------------------------------------	--	---

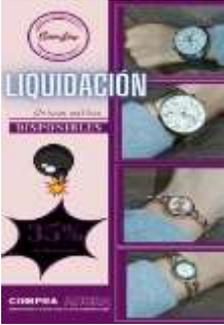
Instagram: Booms_Store

Fecha Horario	Línea de contenido	Formato	Copy	Descripción gráfica
Lunes 3 1:00 P M	Branding	Story/Gif	N/A	
Miércoles 5 8:00 A M	Educativo	Story/Video	N/A	
Jueves 6 1:00 P M	Contenido promocional	Post/imagen	<p>Octubre de DESCUENTOS 🔥 ¿Por qué comprar un accesorio si puedes llevar 2? Adquiere tu reloj favorito y llévate el segundo con un 10% de descuento. 👁️🔥💣 ¿Qué esperas? Promoción por tiempo limitado ¡Cómpralo ya! 🔥 #Boomstore #Oferta #Descuentos #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	

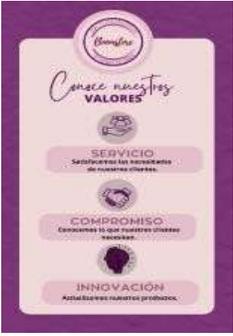
Sábado 8 8:00 A M	Contenido de interacción	Post/Gif publicitario	<p>¡ATENCIÓN, tenemos Giveaway! 😊😊</p> <p>¿Te gustaría ganar un reloj con solo 3 pasos?</p> <p>Esta es tu oportunidad, participa y gana el accesorio que tanto buscabas. ¡No esperes más!</p> <p>#Boomstore #Giveaway #Sorteo #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	
Domingo 9 1:00 P M	Branding	Post Imagen	<p>¡Pagar nunca fue tan fácil! 💰🏠</p> <p>Hemos ampliado nuestras formas de pago para ti, ahora contamos con cobros en efectivo y transferencias de cualquier banco.</p> <p>Recuerda que también puedes hacer tus pagos en contraentregas a través de nuestros encomendistas 100% confiables. 🏆</p> <p>#Tiendaenlínea #Relojes #Envíos #Formasdepago #ElSalvador</p>	
Martes 11 8:00 A M	Educativo	Story Video	<p>Tutorial Conoce y aplica las funcionalidades de un reloj Casio digital 🤖🏆</p>	
Miércoles 12 1:00 P M	Contenido promocional	Sport publicitario	<p>OFERTA POR TIEMPO LIMITADO 🔥💣</p> <p>Los relojes Casio nunca pasan de moda</p> <p>Ahora queremos premiar tu estilo Adquiere tu estilo favorito por solo \$16</p> <p>¿Qué esperas? ¡Cómpralo ya! 🔥📦</p> <p>#Boomstore #Oferta #Descuentos #Casio #Accesorios #Relojes #ModaSV</p>	

<p>Viernes 14 8:00 A M</p>	<p>Branding</p>	<p>Story Gif</p>	<p>N/A</p>	
<p>Sábado 15 1:00 P M</p>	<p>Marketing de Contenido</p>	<p>Post/imagen</p>	<p>¿Por qué invertir en un reloj si puedo ver la hora desde mi teléfono? Sabemos que los tiempos han cambiado y muchas veces podemos considerar que un reloj ya pasó de moda. Si eres de los que piensa así, continúa leyendo. ↓ ↓ #Tiendaenlínea #Relojes #Accesorios #Boomstore #ElSalvador</p>	
<p>Lunes 17 8:00 A M</p>	<p>Educativo</p>	<p>Story/Video</p>	<p>Tutorial cómo ajustar relojes Casio →</p>	

Fecha Horario	Línea de contenido	Formato	Copy	Descripción gráfica
Martes 4 8:00 A M	Branding	Story Imagen	<p>¡Boom Store más accesible para ti! Recuerda que tenemos 3 redes sociales con atención personalizada, puedes escribirnos de lunes a sábado y consultar sobre:</p> <p>Asesorías Promociones Entregas Formas de pago Garantía</p> <p>¡Será un placer atenderte! 🍷</p> <p>#Reloj #Tiendaenlínea #Estilo #Modasv #Accesorios #Boomstore</p>	 <p>NUESTRAS REDES SOCIALES</p> <p>Boom Store</p> <p>Boom store</p> <p>Booms_tore</p> <p>68385888</p> <p>Atención personalizada De Lunes a sábado 8:00 A M - 5:00 P M</p>
Miércoles 5 1:00 P M	Marketing de Contenido	Story Check list	<p>Datos que debes de saber Antes de comprar un reloj. Seguramente ya has comprado un accesorio que finalmente no te pones, en Boom Store nos interesa que el producto que compras sea el que necesitas y el que vas a utilizar. Para lograrlo, te invitamos a tomar en cuenta estos pasos. ✅👍</p> <p>#Reloj #Tiendaenlínea #Datosimportantes #Funcionalidades #Peso #Duración de batería #Estilo #Modasv #Accesorios</p>	 <p>4 DATOS QUE DEBES CONOCER PARA COMPRAR UN RELOJ IDEAL.</p> <ol style="list-style-type: none"> Funcionalidades: Debes saber que funciones necesitas y de acuerdo a ellas elegir tu reloj (Analog, inteligente, híbrido, watch, smartwatch). Peso: Elige el peso de tu reloj, así lo podrás usarlo como tu querido y amigo que siempre te acompañará cómodamente. Tamaño: Elige si tu reloj es clásico, así podrás usarlo como tu querido y amigo que siempre te acompañará cómodamente. Duración de la batería: Investiga la duración de la batería, permitiendo conocer la duración del reloj antes de comprarlo. <p>BOOMSTORE</p>

<p>Viernes 7 8:00 A M</p>	<p>Contenido promocional</p>	<p>Story promocional</p>	<p>¡PROMOCIÓN NUNCA ANTES VISTA! 🧨💣🕒 Queremos premiar tu fidelidad con nuestra marca, te presentamos productos disponibles en liquidación, a un SÚPER PRECIO. ¡Pedí el tuyo que AGOTAN! ⚠️ #Boomstore #Oferta #Descuentos #Liquidación</p>	
<p>Sábado 8 1:00 P M</p>	<p>Contenido de interacción</p>	<p>Story Imagen-Meme</p>	<p>¿Te pasa lo mismo a ti? 😞 Nos encantaría conocer tu opinión 😊</p>	
<p>Lunes 10 8:00 A M</p>	<p>Branding</p>	<p>Story Imagen</p>	<p>¡Queremos que nos conozcas más! Nuestra marca está formada por 3 personas dispuestas a dar lo mejor para ti. 💛 #Boomstore #Accesorios #Relojes #ModaSV #Estilo</p>	
<p>Martes 11 1:00 P M</p>	<p>Educativo</p>	<p>Story Video</p>	<p>Descubre el placer de tener un reloj Casio limpio Seguramente has intentado limpiar tu accesorio con un pañuelo húmedo, pero no es suficiente si tu reloj contiene manchas o costras. 👁️ Boom Store quiere que luzcas un reloj como nuevo, con solo pocos pasos. ¡No te quedes sin ver el video! ➡️ #Reloj #Tiendaenlínea #Estilo #Modasv #Accesorios</p>	

<p>Jueves 13 8:00 A M</p>	<p>Contenido promocional</p>	<p>Story Imagen publicitaria</p>	<p>¡Porque sabemos lo que te gusta! 🔥 La oferta que esperabas ha llegado. Compra tu reloj deportivo a un ÚNICO PRECIO 🕒 Válida hasta el 17 de octubre 🕒 No esperes más, ¡CÓMPRALO YÁ! Solo en Boom Store</p>	
<p>Viernes 14 1:00 P M</p>	<p>Branding</p>	<p>Story Check list</p>	<p>¡Queremos que nos conozcas más! Nuestra marca fue creada por Jerusalén Martínez en noviembre del 2020, una joven emprendedora y con muchas metas por cumplir. Si deseas saber más, aquí te comparto 5 datos importantes. 👉👉 #Reloj #Tiendaenlínea #Estilo #Modasv #Accesorios</p>	
<p>Domingo 16 8:00 A M</p>	<p>Marketing de Contenido</p>	<p>Story Infografía</p>	<p>Tamaño del reloj: A la hora de elegir un nuevo reloj encontramos una amplia gama de modelos disponibles y entre tanta variedad de modelos y tamaños, puede resultar difícil escoger. Si no sabes bien cómo elegir el tamaño que mejor se adapta a tu muñeca, te compartimos una guía. 💡✅ #Reloj #Tiendaenlínea #Valores Estilo #Modasv #Accesorios</p>	

<p>Lunes 17 1:00 P M</p>	<p>Branding</p>	<p>Story Check list</p>	<p>¿Quiénes somos? Una tienda en línea comprometida a brindar la mejor experiencia en cada compra. Es por ello que contamos con compromisos con nuestros clientes. Te invitamos a que conozcas los valores de la marca. 💡 #Reloj #Tiendaenlínea #Valores Estilo #Modasv #Accesorios</p>	
------------------------------	-----------------	-----------------------------	---	---

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 21, U. s. (2016). *Estrategia Digital*. Obtenido de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12800/ESTRATEGIA%20DIGITAL.pdf?sequence=1>
- Montes Gallón, V. C. (2017). *Importancia del Marketing en las Organizaciones y el Papel*. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf>
- Peçanha, V. (10 de enero de 21). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Talkwalker. (s.f.). *Guía de Estrategia de Marketing Digital*. Obtenido de https://iabconecta.com/2020/patrocinadores/TW/guia_estrategia_mkt_digital.pdf
- Tiendanube. (July de 2019). *Calendario de Contenido*. Obtenido de <https://d1ih8jugeo2m5m.cloudfront.net/2022/01/Calendario-de-contenidos.pdf>

ANEXOS

Se adjuntan algunas piezas gráficas del calendario de contenido con el objetivo que se aprecien en su tamaño original.



POR LA COMPRA DE
CUALQUIER RELOJ
LLÉVATE UNA

caja de regalo

GRATIS

¡PROMOCIÓN DEL MES!
OCTUBRE

**YO VIENDO MI CELULAR SIN
OFERTAS DE BOOM STORE**



**MI CARA CUANDO PUBLICAN OFERTAS
DE MIS RELOJES FAVORITOS**





Conoce nuestros **VALORES**



SERVICIO

Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes.



COMPROMISO

Conocemos lo que nuestros clientes necesitan.



INNOVACIÓN

Actualizamos nuestros productos.

NUESTRAS REDES SOCIALES



Boom store



Booms_tore



68385888



Atención personalizada

De Lunes a sábado

8:00 A M – 5:00 P M

MEDIOS DE *Pago*



EFECTIVO



TRANSFERENCIA BANCARIAS

 Boom store

 Booms_tore

 +50368385888