

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL - MARCA PERSONAL:
"LORENA CASTRO - FOTOGRAFÍA Y REDES SOCIALES"**

PRESENTADO POR:

LORENA GUADALUPE CASTRO ANDINO

CARNÉ:

(CA16029)

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

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

DOCENTE ASESOR:

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

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

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 ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FISCAL GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

ÍNDICE:

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN: | 4 |
| INTRODUCCIÓN: | 5 |
| SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA | 6 |
| ¿QUÉ HACE LA MARCA? | 7 |
| MANEJO DE REDES SOCIALES | 7 |
| FOTOGRAFÍA PROFESIONAL | 7 |
| INFORMACIÓN DE LA MARCA | 7 |
| OBJETIVOS DE LA MARCA | 7 |
| OBJETIVOS GENERALES | 7 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 8 |
| LOGO DE LA MARCA | 8 |
| QUÉ SERVICIOS OFRECE LA MARCA | 9 |
| LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO | 9 |
| ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA MARCA PERSONAL | 9 |
| ANÁLISIS DE RESULTADOS | 11 |
| SERVICIOS DE LA FOTOGRAFÍA PROFESIONAL | 11 |
| CREACIÓN Y MAQUETACIÓN DE PORTAFOLIOS | 11 |
| SESIÓN DE FOTOS SIN MAQUETACIÓN DE PORTAFOLIO | 12 |
| EDICIÓN DE FOTOGRAFÍA PROFESIONAL PARA CREACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES. | 12 |
| CONSULTORÍA Y TALLER BÁSICO DE FOTOGRAFÍA CON CELULAR | 12 |
| GESTIÓN DE REDES SOCIALES ENFOCADO EN FACEBOOK | 13 |
| CONSULTORÍA DE MARKETING DIGITAL | 14 |
| CREACIÓN DE CONTENIDO | 14 |
| ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 15 |
| ¿QUIÉNES SON LA COMPETENCIA? | 15 |
| AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE | 15 |

| | |
|--|-----------|
| COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE | 16 |
| COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE EN FACEBOOK | 16 |
| ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN? | 17 |
| ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN? | 22 |
| AGENCIA DE PUBLICIDAD GRUPO MINT-D (MARKETING INTELLIGENCE) | 23 |
| ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN? | 24 |
| COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD WEBBOX INTERACTIVE | 25 |
| ¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN? | 25 |
| CUADRO DE ANÁLISIS SOBRE USO DE REDES SOCIALES POR AGENCIA | 26 |
| CONCLUSIONES SOBRE EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 26 |
| BUYER PERSONA | 27 |
| BUYER PERSONA | 28 |
| BUYER PERSONA | 29 |
| BUYER PERSONA | 31 |
| CANALES DIGITALES | 32 |
| ¿POR QUÉ FACEBOOK? | 33 |
| ¿POR QUÉ EXCLUIR OTRAS REDES SOCIALES? | 33 |
| PÚBLICO META DE LA PÁGINA EN FACEBOOK | 33 |
| 1. CONTENIDO SOBRE SERVICIOS | 34 |
| 2. CONTENIDO DE BRANDING | 34 |
| 3. DISEÑO Y PIEZAS GRÁFICAS INTERACTIVAS | 34 |
| 4. CONTENIDO QUE RESUELVE PROBLEMAS | 35 |
| KPIS A MEDIR SEGÚN OBJETIVOS | 35 |
| CALENDARIO DE PUBLICACIONES | 37 |
| REFERENCIAS | 52 |

RESUMEN:

La marca personal es un recurso utilizado para potenciar las capacidades de un profesional en el mundo laboral. Con las nuevas oportunidades ofrecidas por las tecnologías de la información y las nuevas competencias requeridas en el mercado laboral, la marca "Lorena Castro - fotografía y redes sociales" propone desarrollar consultorías sobre estrategias de marketing digital que sean funcionales para emprendedores locales y cuyo objetivo es potenciar una red de apoyo a precios accesibles para quienes quieran crecer en medios digitales del grupo Meta con un enfoque primordial a las páginas de Facebook. Así mismo, se incluye una base profesional para la marca en donde se centralizan los servicios ofrecidos, detallados por descripción y precio que se ofrece a su público y un diferenciador con la competencia como un logo exclusivo, colores de la marca y objetivos claros. Entre otros valores, también se destaca la necesidad de entender a la competencia y cómo generar un distintivo para innovar servicios útiles que puedan complementar a la práctica profesional, por último se expone paso a paso la estrategia a utilizar a través de un calendario de publicaciones con el objetivo de hacer crecer la marca, posicionarla e interactuar con el público en redes sociales.

Palabras clave: Marketing digital; Fotografía; consultoría; Creación de Contenido; talleres educativos; Redes sociales; Consultoría de marketing; Emprendimientos. Freelancer.

INTRODUCCIÓN:

Este trabajo plantea los pasos básicos para crear una estrategia de marketing digital orientada a una marca personal en el rubro de las redes sociales y fotografía a partir de los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales realizado en el periodo de febrero a septiembre de 2022. La creación e implementación de una marca funcional a la demanda actual de empresas emergentes a nivel local, la cual propone ofrecer soluciones y servicios múltiples en el área de marketing digital con enfoque primordial a la venta de servicios en redes sociales. La necesidad de generar una marca personal, sugiere que con el uso de técnicas y herramientas, los nuevos canales publicitarios así como el uso del internet y herramientas de uso cotidiano como celulares y computadoras pueden promover el desarrollo profesional para brindar experiencias personalizadas a los usuarios que quieran generar mayores ganancias para sus emprendimientos y requieran asesorías profesionales .

En este sentido, es necesario garantizar un sentido de ética profesional a quién desee contratar los servicios de la marca personal: "Lorena Castro -fotografía y redes sociales", por lo que en este trabajo se diseñó un plan de acción para crear la marca desde cero, incluyendo un trabajo arduo en la identidad de la misma que servirá para diferenciarla de los competidores y posicionarla en el mercado; se creó un logo, se fijó la paleta de colores, se otorgó un nombre oficial y se delimitaron los servicios que servirán como eje de propuesta a clientes potenciales.

El objetivo principal de este trabajo, es construir un camino de nuevas oportunidades laborales, potenciando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, mostrando la diversidad de ramas ofrecidas por el área de comunicaciones junto a estudios adicionales de marketing digital.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA:

Mi nombre es Lorena Castro. Tengo 24 años y soy la amiga que siempre está lista para tomar una foto para la "historia"

Estudié periodismo en la Universidad de El Salvador y desde mi primer año me explicaron la importancia de convertirme en "mi marca personal" para crear una reputación en el mundo periodístico.

Desde niña me expuse al manejo de las redes sociales. Disfrutaba postear, crear contenido, usar filtros e interactuar con personas, sin darme cuenta estaba desarrollando

una habilidad que se volvió un hobby y ahora puedo hacerlo un trabajo.

Pasaba demasiado tiempo entendiendo memes, referencias de internet y las redes sociales

me gustaban demasiado. Así que decidí crear una marca personal en donde mi creatividad

fuera una de las herramientas principales.

Me gustaba la idea de generar contenido y ver los alcances de una publicación porque desde mi punto de vista el manejo de redes sociales no es tan sencillo como parece.

Durante mi paso por la universidad encontré en la fotografía algo que me retaba y me motivaba a mejorar todo el tiempo. Eventualmente mis fotos terminaban en mis cuentas de redes sociales, siendo solamente una parte de mi formación académica.

Así nació mi marca: "Lorena Castro - Fotografía y redes sociales" Como parte de mi marca decidí crear una página de Facebook en donde manejo a mi público meta. Creo contenido de valor que beneficie a quién encuentre mi página gracias al posicionamiento SEO especialmente en el área de San Salvador.

Se propone un servicio de carácter profesional. Una inversión para que , potenciales clientes reconozcan la necesidad de invertir en administradores de redes sociales y fotografía profesional.

Así también espero que mi página sea un espacio que resalte mis valores como persona y sea la primera muestra que tiene un potencial cliente para conocer mis productos y servicios.

¿QUÉ HACE LA MARCA?

En primer lugar, Lorena Castro - fotografía y redes sociales es un emprendimiento para abrirse paso en el mundo laboral como "freelancer", es decir manejo mi marca por cuenta propia.

Servicios de la marca:

MANEJO DE REDES SOCIALES:

- Servicios de Community Manager
- Consultoría de marketing digital para emprendedores
- Producción de contenido digital para diversas plataformas. Enfocado en Facebook.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL:

Fotografía de fotos de producto

INFORMACIÓN DE LA MARCA:

Lorena Castro - fotografía y redes sociales es una marca personal que nace como una propuesta alternativa dirigida a emprendedores locales para ayudarles a potenciar sus marca, hacerlos más visibles, ayudarlos a promover sus productos y servicios ante el público haciéndolos más atractivos visualmente para facilitar las ventas con el objetivo de proporcionar una mirada más profesional al emprendimiento.

OBJETIVOS DE LA MARCA:

OBJETIVOS GENERALES:

1. Aumentar el tráfico de la página de Facebook "Lorena Castro" para generar 2. visibilidad.

Aumentar las ventas de los servicios de community manager y fotografía profesional.


OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Generar visibilidad en los próximos 3 meses, aumentando el número de seguidores a 500 publicando contenido de valor que eduque a los emprendedores interesados en crear contenido para sus redes sociales.
2. Crear un calendario de publicaciones cuyo contenido sea de valor para motivar al usuario a contratar servicios de Community manager y fotografía profesional para sus emprendimientos y promover la interacción con publicaciones dinámicas en Facebook para aumentar el tráfico.
3. Desarrollar un posicionamiento SEO para la marca personal, promover la fidelidad y el aumento de interacción con los seguidores con lo que a futuro se puedan desarrollar actividades con valor agregado como talleres de formación dirigidos a emprendedores.
4. Realizar consultorías personalizadas para cada emprendimiento con lo que se pueda satisfacer la demanda y necesidades del cliente con objetivos claros y estrategias de marketing digital ideales para sus emprendimientos.

LOGO DE LA MARCA

Actualmente, la marca está emergiendo. Mi única red social por el momento es Facebook, en donde se postean datos relevantes sobre la fotografía y el marketing digital para atraer a personas interesadas, demostrar las capacidades y el potencial de las redes sociales y promover mis conocimientos a nivel profesional.

La marca se compone de 3 colores principales: Rosado, negro y blanco.

Colores de la marca 



Códigos utilizados (de izquierda a derecha):

- 1- Blanco - #e9e8e7
- 2-Negro - #ed0b76
- 3-Rosado #ed0b76

Estos tres colores sirvieron como referencia para crear las piezas gráficas usadas para crear identidad en Facebook.



Logo de la marca.



Cover para página de Facebook.

QUÉ SERVICIOS OFRECE LA MARCA

La marca trabaja con dos grandes líneas complementarias:

LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO

La fotografía de producto es un elemento importante para el emprendedor hoy día.

Tener un portafolio actualizado de sus productos contribuye a que una mejor optimización en la presentación a los clientes.

Este tipo de contenido también favorece a la modernización de los negocios que buscan incluirse en las plataformas digitales con el uso del ecommerce.

ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA MARCA PERSONAL:

Como toda empresa, la marca personal Lorena Castro tiene una serie de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) que servirá para encontrar puntos que servirán de pauta para crear y entender el mercado, a la competencia y crear estrategias orientadas al crecimiento de la marca. (Kiziryan, n.d.)

Esto se se detalla a continuación:

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de fotografía profesional. 2. Conocimiento en marketing digital 3. Manejo de plataformas digitales y redes sociales. 4. Conocimiento básico de editores de imagen. 5. Conocimiento de posicionamiento SEO. 6. Mi marca ofrece el conocimiento de relaciones públicas y comunicaciones desde una forma más humana para el usuario, sutil y enfocada en ofrecer productos y servicios de negocios que sean útiles para el usuario. | <ol style="list-style-type: none"> 1. La creciente demanda de las empresas y emprendedores locales por incluirse en las plataformas digitales para aumentar sus ventas e incorporarse al e-commerce. 2. El trabajo remoto es modalidad común y muchas empresas han confiado en ofrecer mayores oportunidades laborales con el teletrabajo. 3. La popularidad de las redes sociales y la facilidad que existe para generar contenido con poco dinero. |
| DEBILIDADES | OPORTUNIDADES |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca experiencia en el mercado laboral en el marketing digital 2. Poca inversión económica para invertir en nuevo equipo fotográfico y licencias de programas de edición. 3. La poca experiencia deja propensa a la marca a generar errores de principiante 4. Competencia directa con otros freelancers y agencias de publicidad | <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca reconocimiento a la inversión de plataformas digitales. 2. Un mercado publicitario comercial de mayor alcance en redes sociales. 3. Exposición a peligros informáticos. 4. No saber manejar las situaciones de crisis en la marca. |

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La marca personal en este momento tiene demasiadas oportunidades para seguirse desarrollando puesto que las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable para el emprendedor y el negocio en general.

Una de las principales ventajas de ofrecer servicios de Marketing digital especializado en fotografía y redes sociales es el nicho fértil en donde se pueden pulir las habilidades y generar experiencias y contactos; para que a mediano plazo la marca logre posicionarse y respaldarse a partir de la experiencia adquirida y la satisfacción del cliente.

A futuro, se espera que la marca genere ingresos suficientes para poder convertirse en una microempresa y no solo una página de servicios freelancer, en donde en compañía de más personas se maneje más de una red social, para diferentes clientes y con una estructura organizativa más sólida.

SERVICIOS DE LA FOTOGRAFÍA PROFESIONAL:

CREACIÓN Y MAQUETACIÓN DE PORTAFOLIOS:

Consiste en una serie de fotografías según necesidad del cliente. No existe un límite de fotografías, pero se propone un paquete inicial de máximo 25 fotografías. Este paquete tiene un precio de \$100.00 US (precio puede variar según proyecto)

Si esto no fuere suficiente para el cliente, se puede considerar agregar más fotografías dependiendo del

producto, la cantidad y lo que se espera plasmar en el portafolio.

En cuanto a la creación del diseño del portafolio, se proponen ideas a criterio del cliente, siguiendo el

Manual de marca de su empresa o emprendimiento, apropiándose de los colores, tipografías, estilos de impresión. Los portafolios pueden ser creados programas de diseño como Adobe InDesign o Photoshop.

SESIÓN DE FOTOS SIN MAQUETACIÓN DE PORTAFOLIO:

Consiste en una serie de fotografías según necesidad del cliente.

No existe un límite de fotografías, pero se propone un paquete inicial de máximo 25 fotografías. Este paquete tiene un precio de \$50.00 US (precio puede variar según proyecto).

Si esto no fuera suficiente para el cliente, se puede considerar agregar más fotografías dependiendo del producto, la cantidad y lo que se espera plasmar en el portafolio.

Las fotografías se entregan retocadas según la necesidad de la fotografía en formato digital o impreso.

EDICIÓN DE FOTOGRAFÍA PROFESIONAL PARA CREACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES.

Se refiere a la utilización de recursos básicos digitales para crear contenido para redes sociales, es decir utilizar fotografías más informales pero que comuniquen un mensaje a la Audiencia.

Se diferencian de las sesiones fotográficas porque estas no buscan promover un producto, sino generar interacción y engagement con la comunidad.

Su principal objetivo es alimentar la página, principalmente de Facebook siguiendo un calendario de publicaciones.

Tiene un precio inicial de \$15 la hora y está sujeto a la necesidad del cliente y los objetivos planteados en el calendario de publicaciones.

CONSULTORÍA Y TALLER BÁSICO DE FOTOGRAFÍA CON CELULAR.

Considerando que la marca tiene un especial compromiso con los emprendedores locales que quieran posicionar e impulsar de forma más profesional su marca, se ofrecen paquetes de consultoría y taller básico de fotografía con celular.

Estos talleres se ofrecen de forma virtual o presencial y busca educar al emprendedor cuyo presupuesto no está al alcance de invertir grandes sumas de dinero.

La meta es ofrecer conocimientos para sacarle provecho a las herramientas cotidianas

como los celulares para que ellos puedan generar contenido propio con mejor calidad.

Estos talleres y consultorías tienen un valor de 20\$ para sesiones individuales y cuota simbólica de 15\$ por participante en grupos a partir de 5 personas.

SERVICIOS DE MANEJO DE REDES SOCIALES:

Incluirse en el mundo de las redes sociales para una microempresa o emprendimiento, es necesario para generar interacción, identidad y fidelidad con la marca, por lo que se propone iniciar con la red social en donde el target del producto se encuentre.

Con la facilidad de promocionar artículos en el Marketplace de Facebook ,se propone iniciar a crear un nicho de mercado en esta red social (aunque esto puede variar según el tipo de producto del cliente).

GESTIÓN DE REDES SOCIALES ENFOCADO EN FACEBOOK:

El Salvador es un nicho amplio de F-commerce (es decir comercio digital en Facebook) y puede ser una herramienta principal para posicionarla en los motores de búsqueda en caso de no tener una página web oficial.

Aprovechando la popularidad que tiene Facebook en el país, se propone manejar la página oficial de la marca, creando ads necesarios para atraer a la audiencia, publicación y creación de contenido y análisis de tráfico de la cuenta

Este servicio se ofrece a emprendedores que van empezando y cuyas páginas de Facebook han sido creadas desde cero, para ayudarles a crear comunidad.

Este servicio se cobra a 10\$ la hora. El mínimo de tiempo requerido son 4 horas a la semana y un máximo de 25 horas semanales.

CONSULTORÍA DE MARKETING DIGITAL:

Se ofrece el servicio a emprendedores con una comunidad bien formada en Facebook, que quieran incrementar sus ventas y tengan un poco de experiencia en el manejo de redes sociales o bien hayan designado a una persona encargada para hacerlo.

CREACIÓN DE CONTENIDO:

Este servicio es ideal para cualquier emprendedor que quiera generar interacción con su comunidad y que se sienta atraído por generar contenido de valor como textos, vídeos cortos (como reels o historias).

Este servicio es apto para emprendedores emergentes y para quienes tienen comunidades bien formadas y quieren mejorar su interacción y posicionarse a nivel SEO.

El precio de este servicio también es variable según la necesidad de la marca, pero se ofrecen paquetes desde 3 publicaciones semanales en adelante a un precio inicial de 20\$ a la semana.

Este precio y método puede cambiar dependiendo de un previo análisis de la marca y el estado de su cuenta de Facebook.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

¿QUIÉNES SON LA COMPETENCIA?

AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE

Es una agencia de publicidad salvadoreña fundada en 2016.

Tiene líneas de negocio enfocadas en producción audiovisual, manejo de redes sociales, desarrollo web y diseño gráfico.

Ha logrado alcanzar un total de me gusta de 5,891 en Facebook. Un total de 2,614 seguidores en Instagram. Y tiene solamente 66 seguidores en Tik Tok



Imagen retomada de su página oficial en Facebook



Imagen retomada de su página oficial en Instagram



Imagen retomada de su página oficial de Tik Tok

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE

La marca posee las siguientes redes sociales:

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

Instagram: <https://www.instagram.com/mediacreative.sv>

TikTok: <https://www.tiktok.com/@mediacreative.sv>

Página web: <https://www.mediacreativeesv.com/>

Han logrado internacionalizar la agencia, trabajando con marcas latinas en Estados Unidos y en su mayoría marcas salvadoreñas.

Ofrece asesorías personalizadas, cursos y capacitaciones.

Posee redes sociales a nivel profesional administradas en Instagram y Facebook.

Su rubro es amplio pero se dedican al sector comercial, aunque han trabajado para partidos políticos.

Publican aproximadamente 3 veces por semana, en su mayoría anuncios sobre sus servicios.

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MEDIA CREATIVE EN FACEBOOK

Comportamiento de redes sociales de la Agencia de Publicidad Media Creative en Facebook. Pese a la actividad de la página, en los últimos meses no ha logrado aumentar los likes en sus publicaciones.



Imagen retomada de su página oficial en Facebook

Su mayor cantidad de likes recientes fue en ofertas de servicios con sus respectivos precios.



Imagen retomada de su página oficial en Facebook

¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN?

Según su página web ellos se dedican a los siguientes servicios:

ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

- Creación de contenido para redes sociales
- Diseño publicaciones para redes sociales
- Estrategia de marketing digital por temporada
- Gestión de anuncios de redes sociales
- Respuestas automáticas de todas las redes sociales
- Estructuración de WhatsApp Business

Creación de redes sociales desde 0
Campañas de marketing digital
Pago de anuncios en redes sociales
Facebook Ads
Copys para publicaciones
Portadas para Facebook
Reporte de resultados
Creación de anuncios
Promociones especiales
Sorteos

DESARROLLO Y MANTENIMIENTO WEB:

Creación de contenido para redes sociales
Diseño publicaciones para redes sociales
Estrategia de marketing digital por temporada
Gestión de anuncios de redes sociales
Respuestas automáticas de todas las redes sociales
Estructuración de WhatsApp Business
Reestructuración de sitio web
Compra y gestión de dominio
Compra y gestión de hosting
Actualizaciones de contenido en website
Desarrollo de apps para android / Iphone
Códigos QR y más.

DISEÑO GRÁFICO:

Diseño de tarjetas de presentación
Catálogos
Menú
Flyer
Rótulos
Anuncios para redes sociales

Libros
Revistas
Stickers
Invitaciones
Manual de marca

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:

Video publicitario
Video musical
Fotografía publicitaria
Fotografía de eventos
Sesiones personales
Tomas de drone
Edición de video
Edición de fotografías

CURSOS Y CAPACITACIONES:

MARKETING DIGITAL

Pasos para crear una estrategia de marketing digital
Marketing para redes sociales
Gestión de anuncios en redes sociales
Como vender sin vender
Cómo hacer una agenda de contenido eficaz
5 formas de llegar a tus clientes en medios digitales
Apps que no pueden faltarte en tu empresa

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Herramientas básicas de fotografía
Fotografía publicitaria
Producción de video publicitario

Edición de video

Programas para edición de video

DISEÑO GRÁFICO

Diseño gráfico básico para Redes Sociales

Herramientas básicas de diseño

Cómo edito las fotos de mi marca

AGENCIA DE PUBLICIDAD GRUPO LA HACHE:

Es una agencia de publicidad salvadoreña fundada en 2016. Inició como un emprendimiento familiar que se ha convertido en una empresa de publicidad y marketing digital.

Sus principales líneas de negocio son el desarrollo web y el marketing digital.

Poseen 1109 seguidores en Facebook.

Tienen 229 seguidores en Instagram.

No poseen otra red social además de su página web principal.



Imagen retomada de su página oficial en Facebook

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD GRUPO

LA

HACHE

EN

FACEBOOK

La marca posee las siguientes redes sociales:

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

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

Página web: <https://grupolah.com/>

La página ha estado inactiva desde el año 2020.

Aunque tenía una página bien creada y organizada, la pérdida de conexión en las plataformas digitales da la sensación que la empresa ya no sigue funcionando.

Su cover en Facebook y la foto de perfil cambiaron a mediados de julio de 2022, dando a entender que la página sigue funcionando.

Es posible que la marca siga funcionando con su propia cartera de clientes no haya innovado recientemente.

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA LA HACE EN FACEBOOK E INSTAGRAM

Aunque su Facebook tenía una mirada más profesional, se utilizaba únicamente para compartir sus servicios y los servicios brindados a sus clientes. Desafortunadamente no se ha logrado publicar mayor cosa desde el año 2020.



Imagen retomada de la última publicación en su página oficial en Facebook hasta la fecha.

Publicaciones en Instagram cesaron en 2017 y eran utilizadas como información sobre la empresa y generar más interacción con el público. En muchos comentarios y había pocos likes.



Imagen retomada de la última publicación en su página oficial en Instagram hasta la fecha.

¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN?

Desarrollo de sitios y apps web

Imagen Corporativa

E Marketing

Desarrollo de Marca

Manejo de social media

AGENCIA DE PUBLICIDAD GRUPO MINT-D (MARKETING INTELLIGENCE)

Es una agencia de publicidad salvadoreña dedicada principalmente al Marketing y no necesariamente a la publicidad.

En sus redes sociales, han acumulado las siguientes cifras:

Poseen 5981 me gustas en Facebook.

97 seguidores en Instagram.

No poseen cuenta de Tik Tok.



Imagen retomada de su página oficial en Facebook



Imagen retomada de su página oficial en Facebook

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD MARKETING INTELLIGENCE

La marca posee las siguientes redes sociales:

Facebook: <https://www.facebook.com/mintcomsv.fb>

Instagram: <https://www.instagram.com/marketinginteligente.sv/>

Página web: <https://mint.com.sv/sobre-nosotros/>

En sus redes sociales generalmente hacen convocatorias de empleo y publican contenido de valor.

Sus redes sociales son activas pero no tienen tantas interacciones ni me gusta en Facebook o en Instagram.

¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN?

Estrategias De Marketing Para
Incrementar Tus Ventas
Diseño Y Desarrollo De Sitios Web
Funnel Marketing
E-Commerce

COMPORTAMIENTO DE REDES SOCIALES DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD WEBBOX INTERACTIVE:

Es una agencia de publicidad fundada en 2007. Se enfoca en ofrecer servicios de Social Media, Internet Marketing, diseño y desarrollo de sitios web y diseño gráfico estratégico.

¿Quiénes son la competencia?

Poseen 2466 me gustas en Facebook.

No posee cuenta en Instagram.

No poseen cuenta de Tiktok



Imagen retomada de su página oficial en Facebook

A pesar de ser una empresa con más de 10 años en el mercado, sus redes sociales no son activas. Su última publicación fue en 2022 y se dedicaban a compartir contenido de valor que los dirigía a su página web.

¿QUÉ SERVICIOS OFRECEN?

- Diseño Web Responsive
- Hosting, Dominios y Correos
- Internet Marketing
- Diseño Gráfico

CUADRO DE ANÁLISIS SOBRE USO DE REDES SOCIALES POR AGENCIA:

| COMPETENCIA | WEB | FACEBOOK | INSTAGRAM | TIKTOK |
|--|-----|----------|-----------|--------|
| Agencia de Publicidad Media Creative en Facebook | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Grupo La Hache | ✓ | ✓ | | |
| Grupo Mint | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Web Box Interactive | ✓ | ✓ | | |

CONCLUSIONES SOBRE EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

Del análisis de la competencia se entiende que las empresas tienen que estar siempre a la vanguardia de las redes sociales, especialmente si se dirigen al público joven y si quieren permanecer en el mercado por mucho tiempo.

Las 4 empresas seleccionadas, han sido empresas con trayectoria, algunas con diferentes rubros o especialidades, sin embargo, solamente una ha logrado mantenerse activa a través del tiempo. En cuanto a las demás dejaron de alimentar sus redes sociales hace largo tiempo, dando una impresión que aunque la empresa existe, está inactiva.

Es este uno de los obstáculos principales para atraer a clientes nuevos.

Por otro lado, el análisis de competencia muestra un nicho muy amplio para el mercado de redes sociales y marketing digital, en donde se puede trabajar, explotar y trabajar de la mano con pequeños empresarios.

BUYER PERSONA

Para crear una estrategia adecuada se recomienda conocer a los públicos es una forma de interactuar y saber que ofrecer de acuerdo a sus necesidades, por lo que el desarrollo de un buyer persona, es decir una representación semi-ficticia de los clientes ideales de la empresa podría brindar mayor claridad para alcanzar los objetivos y visualizar un público meta. Para ello se consideran los siguientes elementos:

Datos demográficos.


Preferencias y hábitos de consumo.

Motivaciones.


Objetivos.

Datos importantes para el desarrollo de las estrategias. (Giraldo, 2018)


Esta marca pretende desarrollar contenido de valor y apoyar a emprendedores locales a fortalecer su marca con apoyo de Plataformas y estrategias útiles de marketing digital.

| BUYER PERSONA | | |
|----------------------|--|---|
| NOMBRE | María Martínez |  |
| BIOGRAFÍA | <p>María es una joven emprendedora. Tiene 30 años, es una mujer creativa pero con problemas para plasmar sus ideas en concreto y potenciar la imagen de su marca.</p> <p>Logró estudiar la mitad de la carrera en administración de empresas y en su marca de ropa y accesorios para mujer. Soltera y sin hijos, sigue al movimiento feminista y desea plasmar el empoderamiento femenino en su marca.</p> | |
| Pasatiempos: | <p>Buscar nuevas formas de crear contenido para su emprendimiento</p> <p>Pasar tiempo con sus amigos como cualquier adulto joven</p> <p>Apasionada por la moda.</p> | |
| Personalidad: | <p>Inteligente</p> <p>Creativa</p> <p>Hiperactiva</p> <p>Con gran apertura al nuevo conocimiento</p> | |

| | |
|---------------------------|--|
| Objetivos y retos: | <p>Posee poco tiempo libre para mantenerse pendiente de las redes sociales de su negocio.</p> <p>Dificultad para organizar sus ideas.</p> <p>Su objetivo principal es crear una marca fuerte y estable para generar más ventas en su negocio.</p> |
| Cómo ayudarlo: | <p>Crear un calendario de publicaciones para mejorar la imagen de su negocio.</p> <p>Asegurar un tiempo de atención al cliente para evitar saturarse de trabajo y lograr balancear su estilo de vida.</p> <p>Crear estrategias viables para aumentar sus ventas.</p> |

| | | |
|----------------------|--|---|
| BUYER PERSONA | | |
| NOMBRE | Juan Pérez |  |
| BIOGRAFÍA | <p>Juan es un emprendedor de 65 años.</p> <p>Tiene un negocio de grúas que publicita por 25 años en un periódico local, pese a esto no ha tenido clientes nuevos y el requerimiento de sus servicios ha bajado considerablemente.</p> <p>Uno de sus hijos le comentó que debería hacer publicidad por internet, pero Juan no sabe utilizar redes sociales.</p> | |

| | |
|---------------------------|---|
| Pasatiempos: | <p>Pasear con su perro por las mañanas.</p> <p>Lee el periódico y al terminar disfruta de completar el crucigrama.</p> <p>No le gustan los temas de tecnología.</p> |
| Personalidad: | <p>Inteligente pero muy desorganizado</p> <p>Serio y centrado con su vida personal</p> <p>Aunque tiene pasión por la tecnología es renuente a la interacción con ella y tiene poca visión con el uso de estas herramientas.</p> |
| Objetivos y retos: | <p>Crear una marca fuerte en redes sociales que pueda posicionarse como un servicio rentable de calidad.</p> <p>Educar al usuario con nuevas técnicas y manejo de redes sociales para modernizar su emprendimiento</p> <p>Generar confianza con las ventas en plataformas digitales.</p> |
| Cómo ayudarlo: | <p>Crear un espacio de confianza entre el CCMM y Juan, para que entienda el uso de las plataformas digitales.</p> <p>Orientar su marca al E-commerce para generar nuevos seguidores y más ingresos.</p> <p>Crear estrategias de marketing para posicionar en los motores de búsqueda.</p> |

| | | |
|----------------------|--|---|
| BUYER PERSONA | | |
| NOMBRE | Juan Pérez |  |
| BIOGRAFÍA | <p>Ana es una mujer ocupada, le gusta tener todo organizado pero no tiene equipo suficiente para realizar las tareas que le exige su emprendimiento de jabones artesanales. Tiene 46 años; aunque sabe como usar Facebook, no tiene claro qué necesita para impulsar su marca y posicionarla en los motores de búsqueda.</p> <p>Ha creado redes sociales para su marca pero no han sido gestionadas apropiadamente por lo que su comunidad es muy limitada y no hay interacción ni engagement por parte del cliente.</p> | |
| Pasatiempos: | <p>Pasea a su perro por las mañanas cuando sale a caminar. Le gusta ir a seminarios para mujeres emprendedoras.</p> <p>Le gusta aprender cosas nuevas y estar pendiente de su negocio</p> | |

| | |
|---------------------------|--|
| Personalidad: | Entusiasta Capacidad de liderazgo Con gran apertura al nuevo conocimiento |
| Objetivos y retos: | Crear una estrategia que le permita generar más interacción con el cliente. Posicionar sus redes sociales adecuadamente a pesar de las limitantes de la poca interacción. Ofrecer una imagen más atractiva visualmente con apoyo de fotografía profesional para su producto. |
| Cómo ayudarlo: | Crear un catálogo con presentación atractiva sobre sus productos. Organizar sus ideas y transformarlas en contenido de valor. Educar al emprendedor sobre los nuevos canales de comunicación digital para hacer la marca más competitiva. |

CANALES DIGITALES:

La marca Lorena Castro con presencia solamente en Facebook:

La marca "Lorena Castro" propone utilizar solamente Facebook para poder vender los servicios de Community Manager y fotografía digital.

Al ser una marca emergente especializada en el uso de Facebook, se considera prudente iniciar ganando experiencia en una sola red social para conocer el funcionamiento de grupo Meta (quienes también son dueños de WhatsApp, Instagram, entre otras plataformas).

¿POR QUÉ FACEBOOK?

Se utiliza Facebook por la facilidad de difundir información y las herramientas adicionales como Meta Business Suite que permite optimizar el funcionamiento de la página.

Además Facebook aún ofrece otro tipo de funciones como las reacciones en donde se puede trabajar en la creación de una comunidad sólida antes de emprender con otras plataformas.

Esta red social permite conocer también la ubicación geográfica de las personas, edad, sexo.

¿POR QUÉ EXCLUIR OTRAS REDES SOCIALES?

Se excluyen otras redes sociales en donde fácilmente se puede crear contenido de valor como Tiktok o Instagram debido a la complejidad de crear contenido de calidad y que realmente sea útil,

ya que al manejar más de una red social, deberíamos poder darle todo nuestro tiempo para hacerla crecer como emprendimiento.

Aunque no descarto el uso a futuro de las otras redes sociales, se espera solidificar la marca antes de emprender nuevos proyectos.

A futuro se espera poder crear una segunda red social dándole prioridad a Instagram considerando que se puede gestionar desde Facebook Business Suite.

PÚBLICO META DE LA PÁGINA EN FACEBOOK:

Considerando los perfiles de los clientes ideales de la marca, las personas y los públicos objetivos, se pretende trabajar con un segmento de emprendedores locales; de preferencia en el área de San Salvador quienes necesiten apoyo adicional para crear contenido, administrar sus redes sociales o adquirir servicios de fotografía digital para sus productos.

Se espera trabajar con marcas locales sin importar su trayectoria o su rubro, pero que posean una identidad propia previamente establecida para ayudarles a potenciar sus empresas.

El rango de segmento de los públicos en Facebook con los que se espera trabajar es con personas de los 21 años hasta los 45 años

LÍNEAS DE CONTENIDO

Para un óptimo desarrollo de un calendario de publicaciones, se delimitaron líneas de contenido, es decir una propuesta de contenido de valor con la cual se trabajará la estrategia y servirá como guía para medir el alcance de los objetivos de cada publicación. (Sordo, 2021)

1. CONTENIDO SOBRE SERVICIOS:

Busco que las personas se sientan identificados con mis redes sociales, que busquen mis servicios pero al mismo tiempo sigan la página por el contenido de utilidad que se genera en la plataforma.

2. CONTENIDO DE BRANDING:

La marca busca promover los servicios de community manager y fotografía profesional, por lo que me veo en el requerimiento de crear contenido que genere necesidad en el comprador.

3. DISEÑO Y PIEZAS GRÁFICAS INTERACTIVAS:

Busco que las personas se sientan identificados con mis redes sociales, que busquen mis servicios pero al mismo tiempo sigan la página por el contenido de utilidad que se genera en la plataforma. Así mismo se espera que estas publicaciones promuevan la fidelidad del usuario con la marca y su interacción genere tráfico orgánico para poder posicionar la marca a nivel SEO.

4. CONTENIDO QUE RESUELVE PROBLEMAS:

La marca tiene el objetivo de ofrecer ayuda a emprendedores locales, quienes pueden tener dudas para potenciar su marca o no conocen lo suficiente del tema para administrar correctamente sus redes sociales. Al generar comunidad a partir del uso de contenido de valor, existirá mayor intercambio de ideas e interacción con los seguidores.

KPIS A MEDIR SEGÚN OBJETIVOS:

Un key performance indicator o más bien un indicador clave, es un medidor para analizar las competencias clave o para poder tomar decisiones más acertadas. (*KPI's ¿Qué Son, Para Qué Sirven Y Por Qué Y Cómo Utilizarlos?*, 2017) .

Los KPIS utilizados para medir el crecimiento de la página “Lorena Castro - fotografía y Redes sociales” son los siguientes:

KPIS A MEDIR:

- El aumento de seguidores en un plazo de tres meses como mínimo se espera llegar a 500 likes solo en Facebook.
- Alcance de la publicación para saber a cuántas personas les llegó la página y cuántas han interactuado o empezado a seguirla.
- Tasa de engagement, considerando las reacciones y comentarios por publicación.
- Tráfico de personas mensuales en la página.
- Alcance de la publicación para saber a cuántas personas les llegó la página y cuántas han hicieron clic en el anuncio (CAC).
- Medir la interacción del usuario en la página de Facebook a partir de la innovación de contenido acorde al calendario de publicaciones.



- Generar visibilidad en los próximos 3 meses, aumentando el número de seguidores a 500 publicando contenido de valor que eduque a los emprendedores interesados en crear contenido para sus redes sociales.
- Crear un calendario de publicaciones cuyo contenido sea de valor para motivar al usuario a contratar servicios de Community manager y fotografía profesional para sus emprendimientos y promover la interacción con publicaciones dinámicas en Facebook para aumentar el tráfico.
- Desarrollar un posicionamiento SEO para la marca personal, promover la fidelidad y el aumento de interacción con los seguidores con lo que a futuro se puedan desarrollar actividades con valor agregado como talleres de formación dirigidos a emprendedores.
- Realizar consultorías personalizadas para cada emprendimiento con lo que se pueda satisfacer la demanda y necesidades del cliente con objetivos claros y estrategias de marketing digital ideales para sus emprendimientos.

CALENDARIO DE PUBLICACIONES



| CATEGORÍAS UTILIZADAS: | DESCRIPCIÓN | CLIENTE: |
|-----------------------------|--|---|
| 1. Marketing de contenidos | Propuesta de calendario de publicaciones para la Marca Lorena Castro para la primera quincena de octubre de 2022. Se compone de 2 publicaciones diarias únicamente para Facebook. | CLIENTE: Lorena Castro - Fotografía y Redes sociales Página de Facebook |
| 2. Venta/Promocional | | |
| 3. Interacción e historias. | | |



CALENDARIO DE PUBLICACIONES EN FACEBOOK SEMANA DEL 1 AL 15 DE OCTUBRE 2022

| FECHA | HOR A | FORMAT O/ TIPO DE CONTENIDO | COPY | RECURSOS | HASHTAG | IMAGEN | LINEA DE CONTENIDO: | NOTAS: |
|-------|-------|-----------------------------|------|----------|---------|--------|---------------------|--------|
|-------|-------|-----------------------------|------|----------|---------|--------|---------------------|--------|

| | | | | | | | | |
|---------|----------|-------|--|--|---|--|---------------------------------|--|
| 1/10/22 | 11:30 AM | STORY | <p>¿Sabes lo que es el branding?</p> <p>Sí / No, cuéntame más</p> | 1 historia de 30 segundos en las historias de Facebook con elementos nativos propios de la plataforma. | N/A |  | Interacción e historias. | Se utilizarán las opciones de encuesta y música sin copyright en una imagen pre elaborada para generar interacción con los usuarios. |
| 1/10/22 | 6:30 PM | POST | <p>¿Te has preguntado qué es el branding y qué beneficios tiene para tu marca? <input type="checkbox"/></p> <p>Hoy te contamos todo sobre este nuevo concepto. <input type="checkbox"/>.</p> <p>Sígueme para más consejos de marketing digital <input type="checkbox"/>.</p> | 4 imágenes que explican el branding digital y sus beneficios. | #Marketing digital #Emprendedores #Branding |  | Marketing de contenidos | Contenido de valor sobre el branding y cómo utilizarlo en la marca para emprendedores. |


| | | | | | | | | |
|---------|---------|------|--|---|---|--|-------------------|---|
| 2/10/22 | 6:50 AM | POST | <p>¿Cansado de perder clientes por falta de tiempo para administrar tus redes sociales?</p> <p>Nosotros lo hacemos por tí <input type="checkbox"/> te ofrecemos manejo de redes sociales con especialidad en Facebook, contenido digital y asesoría de marketing digital.</p> <p>Escribenos para más información. <input type="checkbox"/></p> | Imagen gráfica de los servicios a ofrecer, contenido digital | #MarketingDigital #Emprededores #EISalvador |  | Venta/Promocional | Imagen gráfica ofreciendo los servicios de la marca. |
| 2/10/22 | 8:30 PM | POST | <p>Te presentamos a quién está detrás de esta red social.</p> <p>Mi nombre es Lorena Castro, soy periodista pero me dedico a la fotografía profesional y a la administración de redes sociales.</p> <p>¡Bienvenido a mi página! deja tu manita</p> | 1 diseño gráfico con una foto mía y una breve explicación de mi marca y mis conocimientos . | #MarketingDigital |  | Venta/Promocional | Infografía corta con una fotografía para darle rostro a la marca. |

| | | | | | | | | |
|---------|------------|-------|--|--|-----|--|---------------------------------|--|
| | | | arriba y unete a esta comunidad para potenciar tus redes sociales. □ | | | | | |
| 3/10/22 | 8:30P M | STORY | Encuesta: ¿Qué tipo de contenidos sobre marketing o fotografía te gustaría ver en nuestra página? | 1 historia de 30 segundos en las historias de Facebook con elementos nativos propios de la plataforma. | N/A |  | Interacción e historias. | Se utilizarán las opciones de encuesta y música sin copyright en una imagen pre elaborada para generar interacción con los usuarios. |
| 3/10/22 | 8:35 PM | STORY | Encuesta: ¿Te gustaría que creáramos un espacio de Facebook live para responder dudas sobre el marketing digital? | 1 historia de 30 segundos en las historias de Facebook con elementos de la plataforma. | N/A |  | Interacción e historias. | Se utilizarán las opciones de encuesta y música sin copyright en una imagen pre elaborada para generar interacción con los usuarios. |

| | | | | | | | | |
|---------|----------|-------|--|--|--|---|---------------------------------|--|
| 4/10/22 | 10:00 PM | VÍDEO | <p>¿Sabes como crear un portafolio de fotografías para tu emprendimiento?</p> <p>Si no, te dejamos tips básicos para crearlos .<input type="checkbox"/></p> | Un vídeo de 1:02 segundos creado con imágenes pregrabadas de un banco de imágenes. | #MarketingDigital #Fotografía de producto |  | Marketing de contenidos | El vídeo no incluye voz en off. Se utiliza un audio sin copyright. |
| 4/10/22 | 10:30 PM | STORY | <p>¿Ya viste nuestro último post sobre cómo crear un portafolio de fotografías? <input type="checkbox"/></p> <p>Si el contenido te interesa y buscas ayuda para crear tu portafolio utiliza este cupón del 15% en tu sesión fotográfica de producto comercial con nosotros. <input type="checkbox"/></p> | 1 historia de 30 segundos en las historias de Facebook con elementos de la plataforma. | N/A |  | Interacción e historias. | Se utilizarán las opciones de encuesta y música sin copyright en una imagen pre elaborada para generar interacción con los usuarios. |



| | | | | | | | | |
|---------|----------|-------|--|--|---|--|-------------------------|---|
| 5/10/22 | 11:00 AM | STORY | <p>¡Feliz navidad! ☐ No te pierdas los beneficios de la temporada alta para generar ventas.</p> <p>Asesorate con los expertos y aumenta tus ganancias con una asesoría de marketing digital.</p> | 1 imagen de contenido navideño que llame la atención. | #Marketing Digital #Emprendimiento |  | Venta/Promocional | Se publicará una imagen previamente realizada. |
| 5/10/22 | 5:00 PM | VÍDEO | No tomes fotos aburridas, conoce las 3 reglas de fotografía más importantes para crear imágenes de calidad para tu emprendimiento. | 1 vídeo de 45 segundos hablando sobre la ley de la mirada, ley del horizonte y la ley de los actantes. | #Fotografía #Marketingdigital #Marketingdigital |  | Marketing de contenidos | Se utiliza un vídeo de 0:34 segundos con música sin copyright |
| 6/10/22 | 6:30 PM | POST | ¿Sabes hacer buen uso de los hashtags en tu emprendimiento? | 3 Imágenes hablando sobre qué es un hashtag, como se usa y que beneficio tiene | #MarketingDigital #RedesSociales |  | Marketing de contenidos | |

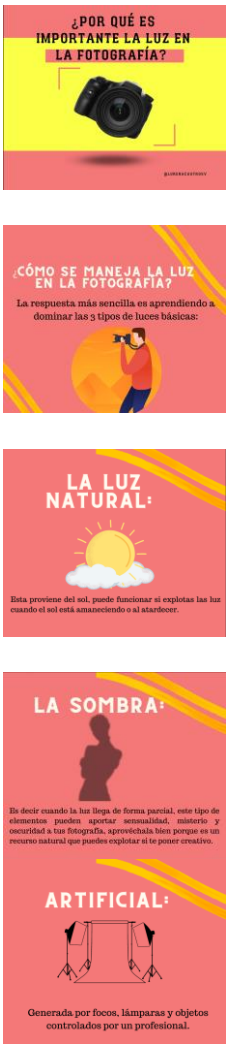
| | | | | | | | | |
|---------|----------|-------|--|--|--|--|--------------------------|--|
| 6/10/22 | 6:45 PM | POST | Consejos básicos para usar un hashtag adecuadamente e inclúyelos en tus estrategias de marketing. | 1 sola imagen con 3 recomendaciones para usarlo en redes sociales | #MarketingDigital #RedesSociales |  | Marketing de contenidos | |
| 7/10/22 | 7:45 PM | VÍDEO | La imaginación se encuentra hasta en nuestros emprendimientos. Idealizar a tu cliente te hará más sencillo saber el tipo de cliente que quieres impactar. Conoce más sobre los buyers persona en el siguiente post. | 1 imagen animada de 20 segundos con información básica pero descriptiva de lo que es un buyer persona. | #MarketingDigital #Emprendimiento |  | Marketing de contenidos | |
| 7/10/22 | 10:00 PM | Story | Frase de la semana: El marketing es contarle al mundo que eres una estrella del rock. El content marketing es mostrarle al mundo que eres único. | 1 story de Facebook de 15 segundos | #Motivación #Marketingdigital #Emprendedores |  | Interacción e historias. | Historia para generar contenido, ofrecer motivación y reducir el impacto de sobrecarga de contenido informativo de valor en la página. |



| | | | | | | | | |
|---------|---------|------|---|--|---|---|-------------------------------|--|
| | | | -Robert Rose | | | | | |
| 8/10/22 | 8:00 PM | POST | <p>¡Te gustaría aprender más sobre marketing digital!</p> <p>No te pierdas nuestro primer taller mensual para emprendedores este próximo 29 de octubre.</p> <p>Más información escribenos al 6013-0767. ☐</p> | 1 post con los datos del taller y un link para el formulario | #Emprendimiento #TallerEducativo #Marketingdigital #Fotografía |  | Venta/ Promocional | Creación de un evento en Facebook con su respectivo banner y un post invitando a las personas a unirse al taller |


| | | | | | | | | |
|---------|----------|-------|--|--|-----------------------------------|--|---------------------------------|---|
| 8/10/22 | 8:10 PM | STORY | Información con un enlace al formulario de inscripción al taller. <input type="checkbox"/> | 1 Story con información sobre el taller y con un botón de link que será agregado durante la publicación. | |  A promotional graphic for a digital marketing workshop. It features a laptop, a calendar showing October 29th, and the text 'Taller de marketing de digital Para emprendedores'. It also includes the text 'Clase virtual' and 'Inscríbete en el siguiente enlace:'. | Interacción e historias. | Prueba piloto del taller, tiene un máximo de 15 cupos para las personas que llenen el formulario primero y confirmen su asistencia. |
| 9/10/22 | 6:50A M | POST | Queremos ayudarte de la mejor manera, recuerda nuestros horarios de atención. <input type="checkbox"/> | 1 Imagen con los datos de horario de atención. | #Marketingdigital |  A pink graphic with a white clock icon and the text 'RECUERDA NUESTROS HORARIOS DE ATENCIÓN:'. It specifies the hours '9:00 AM - 5:00 PM' and 'LUNES A VIERNES'. | Marketing de contenidos | |
| 9/10/22 | 12:00 PM | POST | Conoce la historia de nuestra marca. <input type="checkbox"/> Soy una emprendedora que como tú estoy en la búsqueda constante de alcanzar mis objetivos profesionales. Cuéntame, ¿cómo inició tu marca? <input type="checkbox"/> | 3 fotografías con un diseño para explicar brevemente por qué cree la marca. | #Emprendores #Marketingdigital |  A vertical graphic featuring a photo of a woman and the text 'HOLA, MI NOMBRE ES LORENA CASTRO'. Below the photo, there is a testimonial in Spanish about her experience as an entrepreneur and her use of social media for her business. | Venta/Promocional | |

| | | | | | | | | |
|----------|---------|-------|--|---|---|--|---------------------------------|---|
| 10/10/22 | 8:00 PM | POST | ¡ALERTA! <input type="checkbox"/> Únete a nuestro en vivo sobre: "El impacto de las redes sociales en la creación de estrategias de marketing" este 23 octubre a las 6:00pm (hora El Salvador) | 1 post invitando a las personas a incluirse en el en vivo. | #Marketingdigital #Informaciónquec ura #Emprendedores #Redessociales #LIVE |  | Marketing de contenidos | Se creará un evento para anunciar este Live. |
| 10/10/22 | 5:30 PM | POST | ¿Tienes algunas dudas que te gustaría que resolviéramos juntos en nuestro en vivo sobre el impacto de las redes sociales en la creación de estrategias de marketing? ¡Déjalas en los comentarios! <input type="checkbox"/> | 1 imagen invitando a las personas para interactuar con la página anunciando el en vivo. | #Marketingdigital #Informaciónquec ura #Emprendedores #Redessociales #LIVE |  | Interacción e historias. | |
| 11/10/22 | 4:30 PM | STORY | Detrás de cada emprendedora hay una niña que soñó en grande para cumplir sus metas. ¡Feliz día internacional de la niña! | 1 imagen gif sobre el día internacional de la niña | N/A |  | Interacción e historias. | Imagen basado en el día internacional de la niña. |

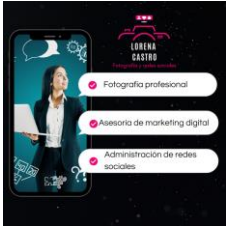

| | | | | | | | | |
|----------|---------|-------|---|--|-----|--|---------------------------------|--|
| 11/10/22 | 7:45 PM | POST | <p>¡Que no te pase! ☐ Recuerda que triunfar también requiere trabajar duro paso a paso para conseguir tus metas.</p> <p>Recuerda que tenemos asesorías personalizadas para crear la mejor estrategia que se adecue a tu marca. ☐</p> | 1 imagede un meme común aplicado al contenido de la página | N/A |  | Venta/ Promocional | |
| 12/10/22 | 8:00 PM | STORY | Recuerda que para hacer tu marca exitosa debes trabajar en enfocarte en tus metas, posicionarte y resaltar entre la competencia. | 1 Story de 15 segundos. | N/A |  | Interacción e historias. | |

| | | | | | | | | |
|----------|----------|------|---|---|-----------------------------|---|-------------------------|--|
| 12/10/22 | 10:00 AM | POST | <p>¿Sabes cual es el mejor amigo de una buena foto? ¡Una buena iluminación! utilízala a tu favor para generar fotos impecables. ☐</p> | 6 láminas con información relevante sobre el tema | #Fotografía #Emprendedor |  <p>¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA LUZ EN LA FOTOGRAFÍA?</p> <p>¿CÓMO SE MANEJA LA LUZ EN LA FOTOGRAFÍA? La respuesta más sencilla es aprendiendo a dominar las 3 tipos de luces básicas:</p> <p>LA LUZ NATURAL: Esta proviene del sol, puede funcionar si explotas las luz cuando el sol está amaneciendo o al atardecer.</p> <p>LA SOMBRA: Es decir cuando la luz llega de forma parcial, este tipo de elementos pueden aportar sensualidad, misterio y oscuridad a tus fotografía, aprovéchala bien porque es un recurso natural que puedes explorar si te ganas creativo.</p> <p>ARTIFICIAL: Generada por focos, lámparas y objetos controlados por un profesional.</p> | Marketing de contenidos | |
|----------|----------|------|---|---|-----------------------------|---|-------------------------|--|

| | | | | | | | |
|----------|----------|-------|--|---|-----|---|---------------------------------|
| | | | | | | <p>La luz es una fuente esencial para capturar tus imágenes, sin ella sería complicado generar contenido de calidad.</p>  <p>Aunque no lo creas existen diferentes tipos de luz y estas son las más básicas con las que puedes sacar partido para tu emprendimiento:</p> | |
| 13/10/22 | 11:30 AM | STORY | Información con un enlace al formulario de inscripción al taller. | 1 story con una imagen pre editada con la información para el taller | N/A | <p>Taller de marketing de digital</p> <p>Para emprendedores</p> <p>Clase virtual</p> <p>Inscríbete en el siguiente enlace:</p>  <p>29</p> <p>LORENA CASTRO</p> | Interacción e historias. |
| 13/10/22 | 4:30P M | STORY | Tu opinión es importante para nosotros, queremos saber qué clase de talleres te gustaría recibir con nosotros. | 1 story con una imagen pre editada y una caja de comentarios al otro. | N/A | <p>LORENA CASTRO</p> <p>TU OPINIÓN ES IMPORTANTE PARA NOSOTROS. QUEREMOS SABER QUÉ CLASE DE TALLERES TE GUSTARÍA RECIBIR CON NOSOTROS.</p> <p>DEJA TUS COMENTARIOS EN LA CAJITA</p>  | |

| | | | | | | | | |
|----------|---------|------|--|------------------------------------|---|---|--------------------------|---|
| 14/10/22 | 8:00 PM | POST | <p>¿Aún no has creado un portafolio con fotografías de tus productos? No esperes más, nosotros te ayudamos.</p> <p>Síguenos para más consejos de marketing digital y fotografía. ☐</p> | 1 imagen de contenido humorístico. | <p>#Fotografía #Emprendedor #Fotodeproducto #EISalvaodr</p> |  | Venta/Promocional | Se utilizó un meme en tendencia para crear esta lamina. |
|----------|---------|------|--|------------------------------------|---|---|--------------------------|---|

| | | | | | | | | |
|----------|---------|------|---|---|---|---|--|--|
| 14/10/22 | 8:45 PM | POST | <p>¿Habías escuchado alguna de estas palabras del mundo fotográfico?</p> <p>Cuéntanos que otros conceptos fotográficos has escuchado ☐.</p> | 4 fotografías con conceptos básicos sobre fotografía. | #Marketingdigital #Fotografía #Conceptos+ |  <p>PALABRAS DE LA SEMANA 2 CONCEPTOS DE FOTOGRAFÍA QUE TAL VEZ NO SABÍAS</p> <p>APERTURA: Para que la imagen tenga una adecuada cantidad de luz, el lente interno de tu cámara se abre o se cierra a tu conveniencia funcionando como un "ojito" entre más abierto está, más luz existe en la imagen y por ende, más luz blanca y brillante.</p> <p>EXPOSICIÓN: Se refiere a la cantidad de luz que tiene una fotografía para otorgarle nitidez a la imagen y que esta no se vea oscura o demasiado blanca.</p> <p>ENCUADRE: Se refiere a la porción de imagen que capturará la cámara, también puede entenderse como el escenario en donde se incluye lo que más nos interesa resaltar de una fotografía.</p> | | |
|----------|---------|------|---|---|---|---|--|--|

| | | | | | | | | |
|----------|---------|--------|---|---|--------------------------------|---|-------------------|--|
| 15/10/22 | 9:00 AM | POST | <p>¿Aún no sabes que necesita tu marca para aumentar tus ventas y conseguir tus objetivos? Nosotros te ayudamos, escríbenos para más información. ☐</p> | 1 imagen de venta promocional de la marca. | #Entretenimiento #Marketing |  | Venta/Promocional | |
| 15/10/22 | 8:45 pm | STORY: | <p>Recuerda unirte a nuestro próximo evento con Lorena Castro. 23 de octubre 2022, 6:00PM</p> | 1 story animada con la información del Facebook Live. | #FacebookLive |  | | |

REFERENCIAS

Giraldo, V. (2018, June 14). *Buyer persona ¿Qué es y cómo definirlo correctamente en tu estrategia?* NeoAttack. Retrieved March 31, 2023, from <https://neoattack.com/blog/que-es-buyer-persona/>

Kiziryan, M. (n.d.). *Análisis FODA - Qué es, definición y concepto | 2023*. Economipedia. Retrieved March 31, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>

KPI's ¿Qué son, para qué sirven y por qué y cómo utilizarlos? (2017, September 29).

Logicalis. Retrieved March 29, 2023, from <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos>

Sordo, A. I. (2021, December 27). *¿Qué es el marketing de contenidos? Tipos, ejemplos e implementación*. Blog de HubSpot. Retrieved March 31, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-contenidos>