

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL
PARA LA MARCA: “SILVIA SILIS SV”**

PRESENTADO POR:
SILVIA ROXANA REYES SILIS

CARNÉ
(RS13010).

Informe final del Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales
para optar por el título de Licenciatura en Periodismo.

Docente del Curso de Especialización

Licda. Silvia María Estrada López.

Coordinador General de Procesos de Graduación

Msc. Yupiltsinca Rosales Castro

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS
RECTOR**

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCON SANDOVAL
SECRETARIO GENERAL**

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN
FISCAL GENERAL**

**LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

**MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS
DECANO**

**MSC. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
VICEDECANA**

**MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
SECRETARIO**

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

**MSC. CARLOS ERNESTO DERAS
JEFE DE DEPARTAMENTO**

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

**LICDA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ
DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirme llegar a este momento de mi carrera y tener el privilegio de compartirlo con mi madre, ¡Lo logramos mi Rosi!

A mi mami, por siempre confiar en mí y apoyarme incondicionalmente, por ser la luz de mi vida, mi polo a tierra y mi más grande ejemplo a seguir.

Silvia Silis.

Contenido

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN	6
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	7
Antecedentes	7
Descripción de la marca:	8
Servicios	8
OBJETIVOS DE LA MARCA	11
Objetivos generales:	11
Objetivos específicos:	11
KPI's:	11
FODA.....	12
REDES SOCIALES DE LA MARCA.....	13
Facebook	13
LinkedIn	13
Google Sites	13
Otras redes no seleccionadas para la marca:	14
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
GRÁFICO PUBLICIDAD	16
NUEVAS REDES	17
MEDIA CREATIVE – Agencia de Publicidad.....	18
PUBLICIDAD Y MEDIOS	19
BUYER PERSONA	20
Buyer persona 1: Roberto Fernández	20
Buyer persona 2: Andrea Mena.....	21
LÍNEAS DE CONTENIDO	22
KPI'S.....	23
CALENDARIO DE CONTENIDO	24
CALENDARIO DE CONTENIDO PARA FACEBOOK	25
CALENDARIO DE CONTENIDO PARA LINKEDIN.....	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34

RESUMEN

En este trabajo se presenta el proceso publicitario de planeación, creación e implementación de una marca personal aplicado a las nuevas tendencias tecnológicas y las estrategias actuales de publicidad digital. Para el caso, se desarrolla como proyecto la marca personal Silvia Silis Sv, que está basada en ofertar servicios de creación de contenido digital para redes sociales, creación y levantamiento de redes sociales de marcas de emprendedoras, micro y pequeñas empresas a nivel nacional y brindar a sus clientes un acompañamiento orientado sobre el proceso de interactuar con sus seguidores y potenciales clientes que le permita cerrar sus ventas de manera eficaz, mejorando la calidad de su contenido, contando con una proyección de campañas que responden a una determinada campaña de publicidad, basada en estrategias de marketing actuales, apegadas a los nuevos mecanismos de consumo global.

Palabras clave: Marketing digital, estrategias publicitarias, posicionamiento de marca, alcance, comunidad digital, contenido de valor.

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos veinte años, los métodos tradicionales de comunicación han ido cambiando y con ello, transformando la manera en que las personas se comunican e interactúan con su círculo social. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, cada persona con acceso a internet ha sido capaz de enterarse al instante de novedades que ocurren en cualquier parte del mundo, a este fenómeno se le conoce como globalización.

Sin embargo, la globalización y la inmediatez que ofrecen las redes sociales emergentes, también fueron abriendo paso a nuevos mecanismos de publicidad corporativa, permitiendo que las empresas puedan ofrecer sus productos y servicios a más audiencias por un significativamente menor costo que el que representaría realizar publicidad exterior para visibilizar la marca.

En ese sentido, la reducción de costos publicitarios permite reducir la brecha de competitividad entre grandes empresas y pequeños comerciantes, ya que brinda la oportunidad a cualquier usuario de generar contenido y captar la atención de las audiencias por medio de la creación de campañas creativas, que conecten con el interés de los clientes y les coloquen en el juego comercial.

Esta situación presenta sus pro y sus respectivos contras, ya que al abrir las vías de comunicación e interacción al alcance de todos, las redes sociales comienzan a sobrecargarse de publicidad y consumo, lo que hace que las audiencias pierdan rápidamente el interés por escuchar sobre las marcas, y tengan que aplicarse de manera constante nuevas estrategias comerciales para alcanzar la atención del cliente ideal.

Finalmente, este trabajo presenta diversos recursos utilizados, ordenados y programados de manera que permitan explicar de forma detallada la proyección de la marca para los siguientes días, procurando reforzar la identidad de la marca, alcanzar un buen posicionamiento comercial, fidelizar a nuevos clientes, generar un mejor engagement y cerrar ventas de manera más eficiente.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Antecedentes

Silvia Silis Sv, nace bajo la necesidad de integrar una serie de habilidades y conocimientos de una manera práctica para conectar con clientes del rubro emprendedor que no tienen una idea clara de cómo darle vida a su idea de negocio.

Partiendo de la poca educación económica que hay en el país y aprovechando al máximo el recurso actual de las redes sociales, para dinamizar y visibilizar los esfuerzos del ecosistema emprendedor.

La marca es liderada por Silvia, una joven egresada de Licenciatura en Periodismo, que actualmente se encuentra cursando la Especialización en medios digitales y Redes Sociales, quien cuenta con amplia experiencia en mentoría de emprendimiento e innovación, certificado por la Universidad EAN-Colombia en 2019, así como levantamiento de marca, con 2 años de experiencia en asistencia multimedia en la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y múltiples conocimientos en diseño gráfico y artes visuales digitales, avalado por la Escuela de Artes, UES-El Salvador.

Desde niña mostró interés por las diversas formas y representaciones del arte, y hoy se enorgullece decir que con sus esfuerzos ha contribuido a muchos artesanos locales a visibilizar su trabajo en diferentes partes de nuestro país y del mundo por medio de las redes sociales.

Descripción de la marca:

Para el proyecto, se establece el uso de una marca personal, basada en el desarrollo de la creatividad y la preferencia del cliente, por lo que, se elaboran recursos visuales basados en el branding de la marca. Entre ellos, el uso de un isologotipo:



Acordando el uso de las plataformas digitales Facebook y LinkedIn para promover la marca y permitir un acercamiento directo con sus potenciales clientes y fortalecer la red de contactos y colegas a nivel nacional. Así mismo, se establece el uso de la herramienta Google Sites para presentar un portafolio digital a los potenciales clientes, que proyecte la realización de actividades anteriores y la calidad de los proyectos que caracterizan a la marca.

Servicios

Se brinda asesoría, capacitación y ejecución sobre proyectos de:

✓ BRANDING

Iniciando con un briefing que nos ayude a elaborar un esquema detallado de la marca, su origen, historia y necesidades, analizando su nicho de clientes y los productos o servicios que ofrecen, con lo que, luego procedemos a conceptualizar de manera visual la esencia de la marca, generando un logo, y manual de marca que represente fielmente el rubro del negocio o institución.

Valor inicial: \$100.00

✓ HERRAMIENTAS DE DISEÑO PARA NO DISEÑADORES

Las plantillas y piezas gráficas van siempre acompañadas con instrucciones para su uso y aplicación, así como una breve introducción a las herramientas digitales de diseño a base de plantillas fácilmente editables en programas como Canva, Capcut, entre otros.

- 4 clases personalizadas para aprender a utilizar las plataformas de edición en línea.

- 2 clases prácticas de fotografía de producto, con insumos básicos.

Valor inicial: \$50.00

Ideal para emprendedores que:

Conocen de primera mano la esencia de su marca y lo que busca transmitir, basándose en los elementos de branding podrán elaborar piezas gráficas con facilidad, para ello, se brinda a cada cliente una introducción a las herramientas digitales de diseño a base de plantillas fácilmente editables.

✓ COMMUNITY MANAGER

Desempeñar las funciones elementales de un community que brinde una respuesta eficiente al cliente en un periodo de tiempo breve, manejar y actualizar las redes sociales y otros medios digitales de manera oportuna, cuidando de los aspectos estéticos y conceptuales de la marca. Consta de:

- Manejo de 2 redes sociales de su elección (Fb, Ig, Tw, Tiktok) (\$25 c/red adicional)
- 2 publicaciones por semana c/red.
- 1 Video content por semana c/red.
- 3 piezas gráficas en formato historia por semana.

Valor inicial: \$150.00

✓ ESTRATEGIAS DIGITALES

Estudio a profundidad sobre los objetivos y directrices comerciales de la marca, análisis FODA, Keywords, optimización de redacción SEO, Call To Actions (CTA), KPI's, buyer persona y buyer journey.

Tomando en cuenta:

Posicionamiento de marca, venta, marketing de contenido, contenido de valor. Basados en los modelos AIDA, Margarita e inbound marketing.

Consta de:

- Evaluación del estado de las redes sociales.
- Múltiples reuniones para establecer la estrategia ideal de la marca.
- Elaboración de calendario semanal de publicaciones para redes, de acuerdo a las métricas y horarios del buyer persona de la marca

Valor inicial: \$300.00

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales:

- Posicionar la marca a nivel local, incrementando la cantidad de 30 seguidores, publicando diariamente para conseguir un mejor alcance, durante 15 días.
- Mejorar la interacción de los seguidores con la marca, obteniendo un crecimiento del 15% de respuesta en cada publicación diaria durante 15 días.

Objetivos específicos:

- Realizar publicaciones diarias basadas en contenido de valor e interacción para posicionar la marca.
- Brindar presencia a la marca en el mercado local, tropicalizando conceptos y contenidos en tendencia.
- Generar contenido de interés para nuestro buyer persona, con el que puedan interactuar por medio de likes y comentarios.
- Realizar llamados a la acción (CTA) en cada publicación, promoviendo la participación de la audiencia.

KPI's:

- Aumento de comunidad online - Reflejado en el incremento de nuevos seguidores en las redes sociales.
- Uso de 3 a 5 Hashtags claves por publicación.
- Mejorar el engagement - Acciones que generan interacción con los seguidores.
- Incrementar en un 20% la cantidad de consultas por mensajes privados o directos, de usuarios interesados en adquirir los servicios de la marca.

FODA

Se aplica el análisis FODA, con el propósito de identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a las que se enfrenta nuestra empresa, lo cual, nos permite optimizar el uso de recursos positivos que poseemos y prepararnos para mejorar las áreas en las que nuestra empresa pueda enfrentar amenazas.

Análisis interno	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento aplicado sobre diseño, redacción y emprendimiento. - La naturaleza de la marca me permite abordar diferentes aspectos y entregar resultados eficientes a los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - No contar con un local físico que las marcas reconozcan comercialmente. - No brindar servicios complementarios de impresión, sublimación y publicidad por el momento.
Análisis externo	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Clientes que comienzan a posicionarse en el mercado local de Cojutepeque. - Clientes que buscan mejorar el aspecto de sus redes sociales para potenciar sus ventas en línea. 	<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de educación económica en la población, no es valorizado ni bien cotizado el diseño gráfico ni el trabajo digital. - Evolución digital de las redes sociales, que requieren estar aprendiendo cómo funcionan los algoritmos para no quedarse atrás de la competencia.

Análisis del FODA:

- Hay muchas oportunidades emergentes en el mercado actual, por la gran cantidad de negocios que están comenzando.
- Si el trabajo es bien realizado el cliente va a incrementar la fidelidad de sus compradores y el nivel de sus ventas y volverá a renovar nuestros servicios.
- A futuro se pretende ampliar la cantidad de servicios que se ofrecen a los clientes en temas de marketing y publicidad.

REDES SOCIALES DE LA MARCA

Facebook¹

Es una plataforma que ha evolucionado con el tiempo, adaptándose a los nuevos requerimientos de sus usuarios.

Facilita el uso de métricas que permite evaluar el alcance de cada publicación para adaptar cada estrategia a la mejora de resultados.

La comunidad de emprendedores y empresas locales en Facebook es uno de los nichos de mercado más grande en la modalidad digital, lo cual permite a la marca adquirir visibilidad y presencia a un mínimo costo.

LinkedIn²

Permite un acercamiento profesional con diferentes colegas e instituciones, ideal para realizar social selling presentando los logros obtenidos con trabajos previos y contenido de valor.

Nos acerca a un público más selecto, que tiene capacidad real de compra, y que en un futuro podrá tomar en cuenta nuestra experiencia para algún proyecto de interés mutuo.

Es una excelente herramienta para mostrar nuestras capacidades profesionales tanto a nivel nacional como internacional.

Google Sites³

Esta plataforma digital permite a los usuarios acceder a un portafolio variado de los trabajos realizados por la empresa y la información sobre los servicios que se ofrecen, adicional a ello, se brindan los diferentes medios de contacto.

¹ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100084538981350>

² <https://www.linkedin.com/in/silvia-silis-337683152>

³ <https://sites.google.com/view/silviasilisportafolio/trabajo>

Otras redes no seleccionadas para la marca:

Instagram

Es poco utilizada por el público ideal inicial de la marca, además, es una red que demanda bastante tiempo ya que es muy visual y su algoritmo se mantiene en constantes cambios, por lo que en este primer momento no se considera viable para la marca.

Twitter

Se caracteriza por la inmediatez y variabilidad de los temas que entran a tendencias, en El Salvador, los temas se orientan a los ámbitos políticos y noticiosos, por lo que se considera que no es óptima su utilización en la aplicación de esta estrategia.

Estas y otras redes sociales como Tik Tok y Pinterest, pueden incorporarse a la gama de plataformas virtuales que la empresa maneje en un futuro cercano, aplicando estrategias de comunicación y promoción que permitan cada vez más el crecimiento y reconocimiento comercial de la marca.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Surge la necesidad de realizar un análisis sobre las marcas que representarán la competencia de la marca en temas de rubro, posicionamiento comercial y alcance de territorio, con el cual, se pretende generar elementos que ayuden a mejorar la estrategia, permitiendo a la marca ofrecer mejor interacción con el público y atender eficientemente las necesidades de los potenciales clientes.

En ese sentido, se considera importante identificar aquellas marcas que generan un contenido atractivo para los clientes y que, al mismo tiempo, promoviendo contenido de valor y de calidad por medio de sus redes sociales.

A continuación, se presenta un cuadro con información recopilada por medio de investigación en las redes sociales de las diferentes marcas.

Descripción/ Competencia	Gráfico	Nuevas Redes	Media Creative	Publicidad y Medios
Crean contenido de valor	X	✓	X	✓
Mantienen al día sus RRSS	X	✓	✓	✓
Están activas sus URL	✓	✓	✓	✓
Manejan más de 2 RRSS	X	✓	✓	X
Aplican principios de mkt	X	X	✓	✓

GRÁFICO PUBLICIDAD

Es una empresa que está bien posicionada entre los negocios locales del municipio, sin embargo, al analizar sus redes sociales se puede observar que sus publicaciones se basan en publicitar sus productos y servicios, carecen de contenido de valor.

Posee un estilo bastante definido en cuanto a paleta de colores y tipografías que los caracterizan, pero no aplican técnicas de redacción, inbound marketing ni estrategias digitales, sus publicaciones son irregulares y las que han logrado mejor alcance es por publicidad pagada, ya que no hay comentarios ni compartidos.



Datos de la marca

Facebook: 910 likes⁴

Instagram: 176 seguidores⁵



⁴ <https://www.facebook.com/graficocojute/>

⁵ https://www.instagram.com/grafico_cojute/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

NUEVAS REDES

Se trata de una empresa que se dedica a Crear contenido para diferentes marcas, su principal fuente de promoción son las plataformas de Facebook y market place, eventualmente pagan campañas publicitarias, sin embargo, sus publicaciones no alcanzan a grandes públicos.



Adicional a la parte creativa, esta agencia maneja productos de impresión digital full color y altos perfiles de impresión publicitaria.

A diferencia de la agencia Gráfico, esta agencia no realiza servicios de sublimación y productos personalizados a minoristas.

Datos de la marca

Facebook: 668 likes⁶

Instagram: 159 seguidores⁷



⁶ <https://www.facebook.com/nuevasredesv/>

⁷

https://www.instagram.com/nuevasredes_sv/?fbclid=IwAR2e8KNYαQu0NpNkr365Z84sVGJT83LNR0ae-HOQRVNGmFuJGY7Ep8-nO4

MEDIA CREATIVE – Agencia de Publicidad

Agencia salvadoreña orientada a la producción creativa de diseños de logos, branding y manejo de redes sociales. Cuenta con una gran comunidad en sus redes sociales que han formado a lo largo de los últimos 6 años.

Han definido su estilo creativo y en sus plataformas se visualiza su paleta de colores y tipografías predeterminadas.

La mayoría de sus publicaciones van orientadas a promover sus productos y servicios y no brindan a su audiencia contenido de valor ni marketing de contenido, tampoco se observa video content en sus plataformas.



Datos de la marca

Facebook: 5,892 likes⁸

Instagram: 2,614 seguidores⁹



⁸ <https://www.facebook.com/mediacreativeesv/>

⁹ https://www.instagram.com/mediacreative.sv/?fbclid=IwAR37rkC67r8ps9_T4f7JW9vLqNvcP10T69w6Bc_Hnnk1Vjnr8aUDtLRQW8

PUBLICIDAD Y MEDIOS

Agencia que ha logrado un buen alcance en redes gracias a sus diversas estrategias de compartir contenido de valor, diferentes tips y videos educativos.

Es considerada un buen comparativo de competencia ya que realizan un manejo de redes aplicando el marketing de contenidos y aplicando herramientas de posicionamiento en redes como KPI'S y correcta redacción de copys.

Manifiesta el estilo de su marca en cada publicación, añadiendo un poco de humor tomando de referencia tendencias del momento.



Datos de la marca

Facebook: 753 likes¹⁰

Página web: publicidadymedio.com¹¹

👉 Las redes sociales son rápidas, mantente al ritmo con tus clientes para no perder una venta...
Ver más



1

Me gusta Comentar Compartir

Enviar mensaje

Hola, contáctenos via Messenger

📺 ¿Necesitas que tu negocio sobresalga?
Solicita nuestros servicios. 📍 Ver más



Me gusta Comentar Compartir

Publicidad y Medios
2 d · 🌐

Enviar mensaje

Hola, contáctenos via Messenger

¹⁰ <https://www.facebook.com/Publmediosv/>

¹¹ https://publicidadymedio.com/?fbclid=IwAR0_-CmGDAstlHRX-ZUijFvj2knN_zs3ZVjF9o1EmUPdnKJMiFrOYSXTn8

BUYER PERSONA

Se realiza una breve investigación sobre el perfil de nuestro cliente ideal, con el propósito de identificar y conocer sus necesidades y cómo los servicios de la marca pueden ayudarle a obtener los resultados que desea con su empresa.

Para el caso, se toman de referencia los siguientes tipos de clientes:

Buyer persona 1: Roberto Fernández

Perfil de cliente negativo – principal.

25 – 30 años, casado, 2 hijos.

Historia: Licenciado en Administración de empresas, posee un empleo estable en el municipio donde vive, su trabajo está orientado al rubro bancario.

Sinopsis: Actualmente se encuentra iniciando un emprendimiento de artesanías de barro, que planea promocionar por redes sociales y entre su red de contactos.

Situación actual: Roberto, decide comprar hasta que ya intentó hacer el trabajo y se convenció que necesita ayuda de un profesional, pero siempre va a pedir alguna regalía por su compra.

Productos y servicios:

- Busca establecer una conceptualización visual específica con su actual cartera de clientes.
- Generar contenido personalizado que eduque a su audiencia sobre el alto valor del producto artesanal.

Objetivos y metas:

- Establecer una identidad visual y corporativa para su emprendimiento que lo diferencie de su competencia.
- Desarrollar un catálogo de productos que sea estético y atractivo visualmente para sus clientes.

Buyer persona 2: Andrea Mena

Perfil de cliente secundario.

15 – 20 años, soltera, sin hijos.

Historia: Estudiante 3er año de bachillerato en Arquitectura, de la zona paracentral del país, vive y estudia en el mismo municipio, busca prepararse para los gastos de la universidad.

Sinopsis: Inicia un emprendimiento de maquillaje y skin care, para generar una fuente de ingresos. Al ser su primer emprendimiento, tiene muchas dudas sobre el desarrollo de marca y el manejo de redes sociales.

Situación actual: No posee mucho capital para invertir en branding ni publicidad, pero está abierta a educarse sobre el mkt de cont. y el funcionamiento de RRSS, se puede fidelizar a una marca.

Servicios y productos:

- Aprender a conectar con sus clientes.
- Ampliar su cartera de clientes.
- Educar a sus audiencias sobre la importancia del cuidado de la piel.

Objetivos y metas:

- Realizar tutoriales de belleza en redes sociales para dar a conocer la calidad de sus productos.
- Aprender a realizar sus propias composiciones fotográficas y piezas gráficas con editores para no diseñadores.

LÍNEAS DE CONTENIDO

Línea de contenido #1:				
Basada en la necesidad latente de educar a nuestras audiencias en cuanto a la importancia de conceptualizar correctamente el uso y aplicación de su marca.				
Diseño: La importancia de realizar un buen branding para tu marca				
5 tipografías con serifa ¡gratis! <u>5 tipografías caligráficas con estilo</u>	Ideas de logo para tu emprendimiento	Combina colores como un experto	Muestra de branding realizada p/cliente	Cosas que no debe llevar tu logo
Línea de contenido #2:				
Busca promover nuevos conocimientos de manera comprensible, aclarar algunos términos anglosajones que son empleados en el mundo del marketing de contenidos.				
Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing				
3 Conceptos básicos de marketing	Receptividad selectiva	¿Qué es el social selling?	Palabras mágicas del marketing	Aplica este secreto
Línea de contenido #3:				
Cada vez son más los creadores de contenido que promueven el uso de contenido de valor, que aporte nuevos conocimientos a sus clientes, no sólo entretenimiento.				
Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?				
Contenido de valor	creación de contenido	contenido: ¿calidad o cantidad?	Humanizar tu marca	Mostrar el proceso
Línea de contenido #4:				
Acompaña a la audiencia a experimentar las etapas que atraviesa un emprendimiento, solventando dudas e inseguridades, ofertando nuestros servicios complementarios.				
Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar tu negocio				
Idea de negocio	¿Cómo materializar mis ideas?	Tomar inspiración sin copiar	Nuestro equipo de trabajo	¿Es momento de delegar?

KPI'S

Objetivo general #1

Posicionar la marca a nivel local, incrementando la cantidad de 30 seguidores, publicando diariamente para conseguir un mejor alcance, durante 15 días.		<p style="text-align: center;">KPI'S</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento de comunidad online - Cantidad de personas alcanzadas por publicación - Aumentan las visitas a la página
<p style="text-align: center;">Objetivo específico 1</p> <p>Brindar presencia a la marca en el mercado local, tropicalizando conceptos y contenidos en tendencia.</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo específico 2</p> <p>Realizar publicaciones diarias basadas en contenido de valor e interacción para posicionar la marca.</p>	

Objetivo general #2

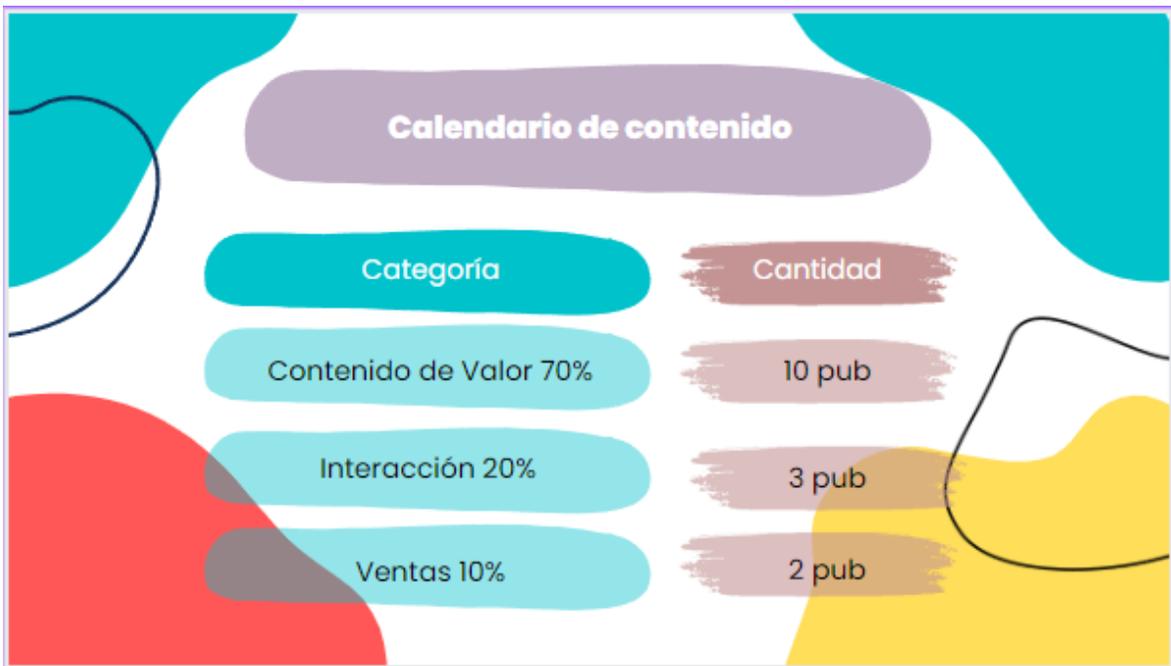
Mejorar la interacción de los seguidores con la marca, obteniendo un crecimiento del 15% de respuesta en cada publicación diaria durante 15 días.		<p style="text-align: center;">KPI'S</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el engagement - Incrementa nivel de respuesta de la audiencia - Fidelización de la comunidad a nuestra marca
<p style="text-align: center;">Objetivo específico 1</p> <p>Generar contenido de interés para nuestro buyer persona, con el que puedan interactuar por medio de likes y comentarios.</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo específico 2</p> <p>Realizar llamados a la acción (CTA) en cada publicación, promoviendo la participación de la audiencia.</p>	

CALENDARIO DE CONTENIDO

Para implementar la estrategia, se propone a continuación un calendario de contenido basado en las tendencias actuales de comunicación digital, representando la regla 70,20,10, para distribuir la cantidad de publicaciones en las categorías de contenido correspondientes.

Para tal efecto, se emplean las siguientes palabras claves, también conocidas como Keywords:

- #Marketingdigital
- #Comunicaciones
- #SEO
- #Posicionamientodemarca
- #Contenidodevalor
- #Campañapublicitaria
- #Emprendimientosencrecimiento



CALENDARIO DE CONTENIDO PARA FACEBOOK

Calendario de contenido quincenal (Del lunes 26 de septiembre al lunes 10 de octubre).							
Fecha/ Horario	Tipo de conten ido	Línea de conteni do	Tema	Link	Copy	Formato	Descripción gráfica
Lunes 26 de septie mbre/7 :00 A.M	Valor/ Estilo	Diseño: La importa ncia de realizar un buen brandin g para tu marca	3 Cosas que tu logo No debe llevar	https://drive.google.com/drive/folders/1FheV5imjzPa6jTbqwb9Xe7Op5V090017	Logo: Es el rostro de tu negocio ante el mundo, convertir esas ideas sueltas en tu cabeza en una realidad que te represente ¡Es posible! #Logodesing #Emprendimientossv #Proyectoscreativos	Post	
Martes 27 de septie mbre/ 11:45 A.M	Valor/ Educ ativo	Vocab ulario: Nuevos concep tos y su aplicac ión en el mundo del marketi ng	5 Concep tos básic os de marke ting	https://drive.google.com/drive/folders/1qegDC02hxWKcxlkledZ-tid_rDCzaREn		Story	
Miércoles 28 de septie mbre/ 4:30 P.M	Intera cción	Conten ido: ¿Qué publica r y cuánd o hacerlo ?	Conten ido: ¿Cali dad o canti dad?	https://drive.google.com/drive/folders/11biOkVpSjS_yXk32SUvF0tLiIMXvI3JN	Calidad = Fidelización de la audiencia Cantidad = Mejor alcance. Y tú, ¿Qué prefieres? Te leo en los comentarios #Contenido de valor #Publicacionesdecalidad	Reel	
Jueves 29 de septie mbre/7 :00 P.M	Valor/ Educ ativo	Etapas del empre ndimie nto: Camin o a seguir para	Tomar inspira ción sin copiar	https://drive.google.com/drive/folders/11RficTmdO6ybkM2RHiv0SY743c80q24y	Los motores de búsqueda nos permiten encontrar muchísimo contenido de interés que han realizado otras personas para recrearlo y darle ese toque especial que	Post	

		dinamizar tu negocio			caracteriza nuestra marca #Inspiración #motoresdebúsqueda #Búsquedavisual		
Viernes 30 de septiembre/ 7:00 A.M	Valor/ Estilo	Diseño: La importancia de realizar un buen branding para tu marca	5 tipografías con serifa gratis	https://drive.google.com/drive/folders/1RL4BEwS6_SsWqAirlLad_UkPOKqiWQGGt	Existen millones de tipografías y estilos para crear contenido, sin embargo, no es necesario usarlas todas a la vez. Aquí te comparto algunas opciones gratis de tipografías con serifa. #Identidaddemarca #tipografíasconserifa #sanserif	Post	
Sábado 01 de octubre/ 9:00 A.M	Interacción	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing	Aplica este secreto	https://drive.google.com/drive/folders/1jXSyU8se_tjgJ_5twEIB9VRahU Elci-		Story	
Domingo 02 de octubre/ 10:30 A.M	Valor/ Educativo	Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?	Humanizar tu marca	https://drive.google.com/drive/folders/1x1fplbiJehSfSmp6pTEdteDzuacHYPe	El secreto de las grandes marcas es remover emociones que están latentes en su cliente ideal, vinculando su producto o servicio con sensaciones de satisfacción y bienestar #Inspiración #Hackdemarketing #comprasemocionales	Reel	
Lunes 03 de octubre/ 11:45 A.M	Valor/ Educativo	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir	¿Cómo materializar mis ideas?	https://drive.google.com/drive/folders/1lzZAwT2JwYwIBBV BcVFyoqb_tCvLx5us	El proceso creativo suele ser complicado, sobretodo cuando no tenemos claridad sobre lo que queremos, toma una libreta y comienza definiendo qué	Post	

		para dinamizar tu negocio			quieres promover con tu marca y qué cosas no te representan. Leo tus dudas en comentarios! #Procesoscreativos #emprendimiento #logos		
Martes 04 de octubre / 7:00 A.M	Valor/ Estilo	Diseño: La importancia de realizar un buen branding para tu marca	Ideas de logo para tu emprendimiento	https://drive.google.com/drive/folders/119J9ex-ixrZkp39aghzcn6bQaxzeUN7v		Post	
Miércoles 05 de octubre / 7:00 P.M	Valor/ Educativo	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing	¿Qué es el social selling?	https://drive.google.com/drive/folders/1HgRzRLDDJotBByoRe9VlzEUIjXP0phz	La interacción constante con la comunidad es el pan de cada día en la era digital, aprende a comunicarte de manera efectiva con tu red de contactos y mejora tus ventas! Dale like si quieres saber más del tema.	Post	
Jueves 06 de octubre / 4:30 P.M	Ventas	Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?	Mostrar el proceso	https://drive.google.com/drive/folders/1k9Hb0G6pnQHulhrAaD9kbr5wF5HXCR		Story	
Viernes 07 de octubre / 7:00 A.M	Interactivo	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar	Nuestro equipo de trabajo	https://drive.google.com/drive/folders/1vDVQGf1mjwAM0Hf-butcwtzQLjvkrZnf	Cada puesto de trabajo exige un alto grado de conocimiento y responsabilidades, sin embargo cuando estamos comenzando, nos convertimos en todólogos y	Reel	

		ar tu negocio			realizamos todas las funciones de nuestro negocio. #Eltodólogo #procesoscreativos #Organizaciónenequipo		
Sábado 08 de octubre/ 9:00 A.M	Valor/ Estilo	Diseño: La importancia de realizar un buen branding para tu marca	5 tipografías caligráficas con estilo	https://drive.google.com/drive/folders/19YGAc2WyFP52EZ7JXAGT6gTgmHnYHVbn		Story	
Domingo 09 de octubre/ 11:45 A.M	Valor/ Educativo	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing	Palabras mágicas del marketing	https://drive.google.com/drive/folders/11DmMClFnKtv7podg6sSwA99RA339C9M		Story	
Lunes 10 de octubre/ 4:30 P.M	Ventas	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar tu negocio	¿Es momento de delegar?	https://drive.google.com/drive/folders/1oljrfq4hG6144odcBardM_Ek6T9YSF9y	¿Has perdido la capacidad de organizar tu día de trabajo sin dejar fuera actividades importantes? ¡Creo que llegó el momento de conformar un equipo de trabajo y comenzar a delegar algunas tareas! #Emprendimientosen crecimiento #Experienciascompradas #delegar	Post	

CALENDARIO DE CONTENIDO PARA LINKEDIN

Calendario de contenido quincenal (Del lunes 26 de septiembre al lunes 10 de octubre).							
Fecha/ Horario	Tipo de conten ido	Línea de conteni do	Tema	Link	Copy	Formato	Descripción gráfica
Lunes 26 de septie mbre/ 8:00 A.M	Valor/ Estilo	Diseño: La importa ncia de realizar un buen brandin g para tu marca	Muestr a de brandin g realiza da para cliente	https://drive.google.com/drive/folders/1vZZdg04aZx4-0hciO3JQDJoNqiVBleTc	#Branding realizado para nuestros clientes de @myselfiestoresv que brinda personalidad y estilo a la marca #visualidentity #Marcadesdecero	Video	
Martes 27 de septie mbre/ 7:00 P.M	Valor/ Educ ativo	Vocab ulario: Nuevos conce ptos y su aplicac ión en el mundo del marketi ng	Recepti vidad selectiv a	https://drive.google.com/drive/folders/1rTQC19WkFBPoHwBjAPPNbdwJJeaz-7-e	Sobresalir en un mar de contenido creativo cada vez se vuelve un reto más difícil, por ello, debemos transmitir a nuestros clientes contenido de calidad y utilidad. #Atención #Contenidodecali dad #Sobresalirdelaco mpetencia	Post	
Miércoles 28 de septie mbre/ 11:45 A.M	Valor/ Educ ativo	Conten ido: ¿Qué publica r y cuándo hacerlo ?	Conten ido de valor	https://drive.google.com/drive/folders/1PrIAJIPCoDf-zYA1CR1NpdWrrY2l5lO	Promueve información que aporte un valor a quien la encuentre, haz que tu contenido sea tan bueno, que genere en tus lectores la necesidad de compartirlo con su red de contactos.	Post	

					#Contenido de valor #Crecer en redes #Emprendimientos		
Jueves 29 de septiembre/ 7:00 P.M	Valor/ Educativo	Etapas del emprendimiento: Caminos a seguir para dinamizar tu negocio	Tomar inspiración sin copiar	https://drive.google.com/drive/folders/1eGdnV5Hb198QzYZo55cs-NBm0MAyFKq4	Los motores de búsqueda nos permiten encontrar muchísimo contenido de interés que han realizado otras personas para recrearlo y darle ese toque especial que caracteriza nuestra marca #Inspiración #motores de búsqueda #Búsqueda visual	Post	
Viernes 30 de septiembre/ 7:00 A.M	Interacción	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing	¿Qué es el social selling?		La interacción constante con la comunidad es el pan de cada día en la era digital, aprende a comunicarte de manera efectiva con tu red de contactos y mejora tus ventas! Dale like si quieres saber más del tema.	Encuesta	
Sábado 01 de octubre/ 9:00 A.M	Valor/ Educativo	Diseño: La importancia de realizar un buen branding para tu marca	Ideas de logo para tu emprendimiento	https://drive.google.com/drive/folders/1jpWUvSYxpct92L7GVFJeEkHLLnzqPfQy	Logo: Es el rostro de tu negocio ante el mundo, convertir esas ideas sueltas en tu cabeza en una realidad que te represente ¡Es posible! #Logodesign #Emprendimientos sv	Post	

					#Proyectoscreativos		
Domingo 02 de octubre/3:00 P.M	Ventas	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar tu negocio	Ideas de negocio	https://drive.google.com/drive/folders/19AXsRo2P6SkFoymNOxfhcgRITVByh	Cuántas veces dejamos un proyecto para luego, porque creímos que nuestro producto no era tan bueno o que habían mil personas afuera que lo estaban haciendo mejor? ¡Hoy te invito a confiar en ti, y en las grandes cosas que puedes lograr! #Innovación #Emprendimiento #Crecimientopersonal	Video	
Lunes 03 de octubre/4:30 P.M	Interacción	Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?	Contenido: ¿Calidad o cantidad?	https://drive.google.com/drive/folders/1l6tofBVpSL8aPAMMYHIUxAar1PM_ESCF	Calidad = Fidelización de la audiencia Cantidad = Mejor alcance. Y tú, ¿Qué prefieres? Te leo en los comentarios #Contenido de valor #Publicacionesdecualidad	Post	
Martes 04 de octubre/ 7:00 A.M	Valor/Educativo	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del	5 Conceptos básicos de marketing	https://drive.google.com/drive/folders/1x7rrAH7Q5gip2rC3vswNxa0hs8ha66S2	5 términos en tendencia! Te contamos qué significan algunas palabras básicas en marketing digital. ¿Conocías estos términos? Te leo en comentarios #negociosonline #mktparaemprendedores	Post	

		marketing					
Miércoles 05 de octubre / 11:45 A.M	Valor/Educativo	Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?	Humanizar tu marca	https://drive.google.com/drive/folders/16RrmXTEHkPnRNvxVBE-oaloEPY-ap8s	Estoy muy feliz de compartir este momento especial, he recibido mi certificación en diseño gráfico, otorgado por la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. #Inspiración #Logroalcanzado #crecimientoprofesional	Ocasión especial	
Jueves 06 de octubre / 4:30 P.M	Interacción	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar tu negocio	¿Cómo materializar mis ideas?	https://drive.google.com/drive/folders/1Nmx52HsnFNy1Ard_OmAK3BIUM5zf9Jnp	El proceso creativo suele ser complicado, sobretodo cuando no tenemos claridad sobre lo que queremos, toma una libreta y comienza definiendo qué quieres promover con tu marca y qué cosas no te representan. Leo tus dudas en comentarios! #Procesoscreativos #emprendimiento #logos	Post	
Viernes 07 de octubre / 7:00 A.M	Valor/Educativo	Diseño: La importancia de realizar un buen branding para	Cosas que tu logo NO debe llevar	https://drive.google.com/drive/folders/1HReGjeBiu334S9voAGt9n53zpmvRFkQr	Te muestro algunos de los elementos que NO debe llevar tu logo, ya que no permitirán una correcta aplicación de sus variaciones #Logo #Brandingidentity #inspiracióndigital	Post	

		tu marca					
Sábado 08 de octubre/ 9:00 A.M	Valor/Educativo	Vocabulario: Nuevos conceptos y su aplicación en el mundo del marketing	Palabras mágicas del marketing	https://drive.google.com/drive/folders/1D7s6spaM0HAaWq1Rn0XjK69abEszyBga	Hay palabras que despiertan en los clientes el deseo de compra, les invito a motivar a nuestras audiencias empleando estas palabras en nuestras promociones de temporada. #Compras #CTA #marketing	Video	
Domingo 09 de octubre/ 4:30 P.M	Valor/Educativo	Contenido: ¿Qué publicar y cuándo hacerlo?	Creación de contenido	https://drive.google.com/drive/folders/1buplcAbezezT08qntLxBakfihkBWwmoO	¿Les ha pasado que tienes muchas ideas sueltas en su mente pero no terminan por aterrizar ninguna? ¿Están planificando su contenido? #Organización #Satisfacción #Mejoraderendimiento	Post	
Lunes 10 de octubre/ 11:45 A.M	Ventas	Etapas del emprendimiento: Camino a seguir para dinamizar tu negocio	¿Es momento de delegar?		El crecimiento de nuestro emprendimiento viene ligado con el aumento de actividades y es necesario aprender a identificar cuándo comenzar a integrar a nuevos elementos al equipo de trabajo. #Emprendimientos en crecimiento	Encuesta	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hurtado, J. S. (2021, 27 octubre). *Todo sobre marca personal: qué es y cómo mejorarla con ejemplos*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/marca-personal-que-es-consejos-ejemplos-rrhh-2-0/>
- *Just a moment*. . . (s. f.). <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
- Newberry, C. (2022, 18 octubre). *Cómo crear un calendario de contenidos para redes sociales [+ Plantillas]*. Social Media Marketing & Management Dashboard. <https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>
- RD Station. (s. f.). *¿Qué son las Redes Sociales? 【Guía completa + ejemplos】*. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Herrero, A. (2023, 14 febrero). *¿Qué es inbound marketing?* <https://www.titular.com/blog/que-es-inbound-marketing>
- Cultura SEO. (2020, 13 mayo). *Estrategia de contenidos: qué es y cómo llevarla a cabo* • <https://culturaseo.com/jergario/estrategia-de-contenidos/>
- Folder, E. (2018, 5 marzo). *La regla del 70/20/10 para Marketing de Contenidos*. El Folder. <https://elfolder.com/la-regla-del-70-20-10-marketing-contenidos/>