

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONAL  
“WENDY LOVOS – PERIODISMO Y MARKETING”**

**PRESENTADO POR:**

**WENDY YAMILETH PÉREZ LOVOS**

**CARNÉ:**

**(PL16007)**

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

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

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:  
MAESTRO YUPILYSINCA ROSALES CASTRO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN  
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 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 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 DE LA FACULTAD**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO. CARLOS ERNESTO DERAS

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

## AGRADECIMIENTOS

Una meta más se cumple en mi vida, desde pequeña soñé con poder brindar orgullo a mi familia, en especial a mi madre, quien ha sido mi compañera, mejor amiga y sobre todo mi único apoyo durante toda mi vida. Gracias a Dios ahora cumpla la meta de ser una profesional y poder graduarme de la universidad con gran legado en el país, siguiendo los pasos de las mujeres de la familia Lovos Escobar, quienes han luchado y se han esforzado por salir adelante y obtener un título universitario.

Agradezco inmensamente a mi mamá Francisca Lovos, que ha sido la persona que ha luchado conmigo, aconsejándome y apoyándome en cada paso de la vida, a ella le debo todos mis logros, gracias al ejemplo de valentía que me brindo durante todo mi crecimiento, sin duda todo se lo debo a ella y este título se lo dedico a ella, primero Dios un día le daré más de lo que ella me dio en la vida.

También debo mencionar a aquellos que fueron parte de la formación académica, cada docente que me formó desde educación básica, hasta la educación superior, a cada licenciado de la carrera de periodismo que brindó su conocimiento para crear unos profesionales, agradecer a mis compañeros de trabajo en toda la carrera, a todos aquellos con los que a pesar del estrés y cansancio siempre trabajamos con el objetivo de ser mejores cada día.

Gracias Universidad de El Salvador por formarme tanto académica como éticamente, sin duda cada obstáculo y situación que se vive a lo largo de la vida suceden con el único fin de llevarte a donde perteneces y estoy muy orgullosa de la mujer que ahora soy.

Lo único que me mantiene en pie son las ganas de ser exitosa y darle el mundo de regreso a mi madre, con la ayuda de Dios lo lograré.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
SITUACIÓN DE LA MARCA.....	7
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	8
KPI'S a medir.....	8
FODA.....	9
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	11
Opres Media.....	12
Rocket Marketing Digital.....	13
Protolab   Agencia de Marketing Digital & Diseño.....	16
Ignacio Abed.....	18
BUYER PERSONA.....	20
CANALES DIGITALES.....	22
LÍNEAS DE CONTENIDO.....	23
Contenido de Valor.....	23
Contenido de Venta.....	23
Branding.....	24
Educación.....	24
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	25
REFERENCIAS.....	36

## RESUMEN

El trabajo que se presenta a continuación es la puesta en práctica del posicionamiento de la marca personal a través del marketing digital, con la utilización de técnicas y aplicaciones que favorecen al crecimiento de la marca en los medios digitales, principalmente en las plataformas de LinkedIn y Facebook, con la implementación de pautas, contenido multimedia y análisis de métricas que ayudan a saber la aceptación del contenido.

El posicionamiento de la marca debe tener un plan estratégico que visualice desde los objetivos de la marca, creando el FODA de la misma para conocer los puntos que favorecen y los que se deben mejorar, hasta tomar en cuenta el público objetivo y los canales a través se busca llegar a ellos, todo esto contribuye al fortalecimiento y crecimiento de la imagen que se busca dar en redes sociales. Teniendo en cuenta esto, la práctica desarrollada por la academia ayuda a conocer la cantidad de herramientas que sirven de apoyo al amplio tema de marketing digital.

**Palabras clave:** posicionamiento, redes sociales, asesorías, marketing digital, marca personal, estrategia.

## INTRODUCCIÓN

El concepto de Marketing digital se comenzó a implementar en los años noventa cuando se lanzaron los primeros motores de búsqueda online, término que hace referencia a la publicidad a través de canales digitales, el cual a lo largo de los años ha sido pilar para las empresas o personas, ya que por medio de esta cumplen objetivos como atraer nuevos clientes o negocios, creando relaciones y principalmente desarrollar la identidad de la marca.

Con el paso de las décadas se ha ido modernizando la forma de comunicación a través de las Tecnologías de Comunicación Informativa (TIC) , las cuales rompieron la brecha de interacción, cambiándose a realidad virtual conectado a los usuarios con solo un clic.

En la actualidad cada persona tiene el acceso a internet y a dispositivos tecnológicos, obteniendo el mundo de información a total disposición, donde se encuentran temas diversos, pensamientos e ideas infinitas de todos los usuarios.

Debido a esto se da paso al marketing digital para que así las empresas, marcas u organizaciones puedan dar a conocer sus servicios y productos, facilitando el acceso a su información por medio de las tecnologías.

El trabajo “ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONA “WENDY LOVOS – PERIODISMO Y MARKETING” pone en práctica las estrategias de marketing digital, adaptando la marca a propuestas innovadoras digitales que formen parte de las nuevas TIC’S

## SITUACIÓN DE LA MARCA

La marca personal se crea con el objetivo de posicionarse en redes, principalmente en LinkedIn, para brindar asesoría y consejos a los usuarios para mejorar la imagen de su emprendimiento, empresa o marca en los canales digitales.

La creación cubre la necesidad de brindar herramientas que faciliten el trabajo en tema de marketing y periodismo, poniendo así a disposición de los usuarios asesorías o apoyo para su posicionamiento.

La marca personal actualmente está en fase de posicionamiento en redes sociales (LinkedIn y Facebook), se está trabajando en la creación de blog para incluir contenido de relevancia, de esta forma obtener aceptación y atraer a posibles clientes que requieran de los servicios de marketing y periodismo digital.

### Logo de la marca



## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### **Objetivos generales:**

- Dar posicionamiento y reconocimiento de la marca personal
- Aumento de seguidores y tasa de interacción en publicaciones

### **Objetivos específicos:**

- Publicar contenido una vez por semana en Facebook y LinkedIn durante 7 semanas
- Creación de campaña online para atraer a nuestro público objetivo
- Obtener mínimo 5 seguidores nuevos cada semana
- Obtener 5 reacciones nuevas cada semana en cada publicación

### **KPI'S a medir**

- Número de seguidores
- ENGAGEMENT
- PORCENTAJE DE CLICS



# FODA

## Fortalezas

- Tener los conocimientos y formación respecto a marketing y periodismo.
- Saber utilizar diversas herramientas para creación de contenido.
- Conocer el manejo de redes sociales y plataformas de anuncios.
- Tener valores éticos respecto al trabajo brindado.

## Oportunidades

- Mantenerse en constante actualización y formación.
- Brindar servicios de calidad que ayuden a fidelizar la marca.
- Obtener sostenibilidad monetaria a partir de los servicios y conocimientos que se ofrecen.
- Abrir oportunidad a crear alianzas con colegas expertos y así ampliar los servicios.

## Debilidades

- Contar con una sola persona que está posicionando la marca personal.
- Tener presencia actual en Facebook y LinkedIn.
- No poseer licencia y asociaciones con otras marcas.
- Ser una marca personal que aún está en crecimiento y posicionamiento.

## **Amenazas**

- Al ser una marca en creación tiene desventaja frente a la competencia.
- La competencia posee posicionamiento y personal que trabaja para brindar los servicios.
- Los clientes desconocen la calidad del servicio que se pueda ofrecer.
- No poseer equipo tecnológico sofisticado en comparación a la competencia.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Vamos a realizar un análisis detallado de tu marca y el mercado actual para comenzar a armar la identidad visual y de su mano, un plan de negocios que sea coherente y funcional según la misma.

Luego, nuestro equipo de diseñadores comenzará a crear diseños para tus redes sociales y empaquetado de productos. Además, establecerán como lucirá tu tienda digital, incluyendo el trabajo de nuestra fotógrafa encargada de capturar la esencia de cada uno de tus productos para compartirlos con el mundo.

Competencia	Facebook	Instagram	Linkedin	Twitter	Sitio web
Opres	X	X	X		X
Rocket Marketing Digital	X	X	X		X
Protolab Agencia de Marketing Digital & Diseño	X	X	X		X
Ignacio Abed			X		

## Opres Media

Opres Media es una empresa enfocada en la creación de estrategias de marketing digital, su contenido está enfocado en brindar datos relevantes para trabajo en equipo y crecimiento de marca.

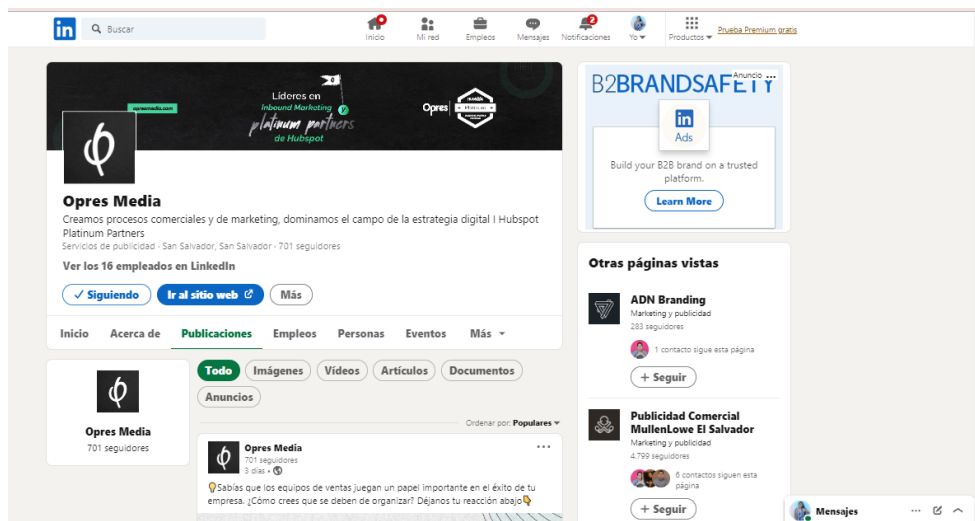
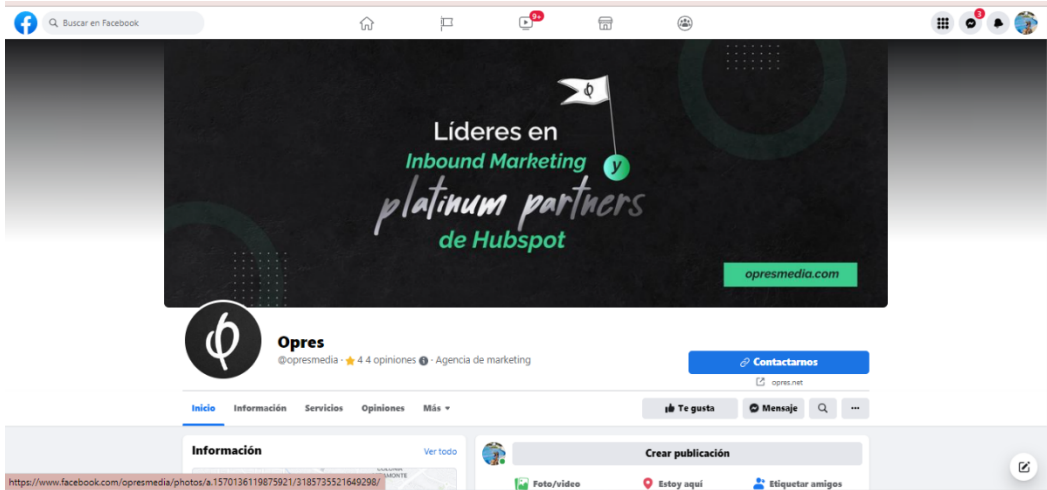
Tiene presencia en Facebook, LinkedIn, Instagram y posee sitio web, en su sitio ofrece servicios de diseño de páginas, redes sociales, creación de estrategias y campañas innovadoras que maximicen la presencia de las empresas.

Realiza publicaciones aproximadamente 4 veces por semana, contando con una línea grafica bien marcada, con contenido acerca de los servicios que ofrecen y de temas puntuales de marketing.

Además, la empresa trabaja con herramientas automatizadas que brinda HUBSPOT, un sitio especializado en digitalización de contenido.

### Análisis de OPRES MEDIA

COMPETENCIA	Facebook	Instagram	LinkedIn	Sitio web
Enlaces	<a href="https://www.facebook.com/opresmedia/">https://www.facebook.com/opresmedia/</a>	Opres (@opresmedia) · Fotos y videos de Instagram	Opres Media · Publicaciones   LinkedIn	Nosotros Opresmedia
Cantidad de seguidores	1936	737	701	
Nº likes promedio en publicaciones	menos de 10 like	entre 10 - 20 reacciones	menos de 10 recomendaciones por post	
Manejo de red	Realizan un promedio de publicaciones de 5 a la semana, variando el contenido ofreciendo servicios y de los beneficios que es trabajar con ellos.	Tienen un promedio de 4 publicaciones por semana, subiendo post y reel, contenido enfocado en los servicios que ofrecen.	Realizan un aproximado de 4 publicaciones a la semana, con contenido en formato imagen sobre tips de trabajo en equipo y de servicios que ofrecen	El sitio web esta bien trabajado, ofreciendo facilidad de navegacion a los usuarios para encontrar contenido y servicios que se ofrece-



## Rocket Marketing Digital

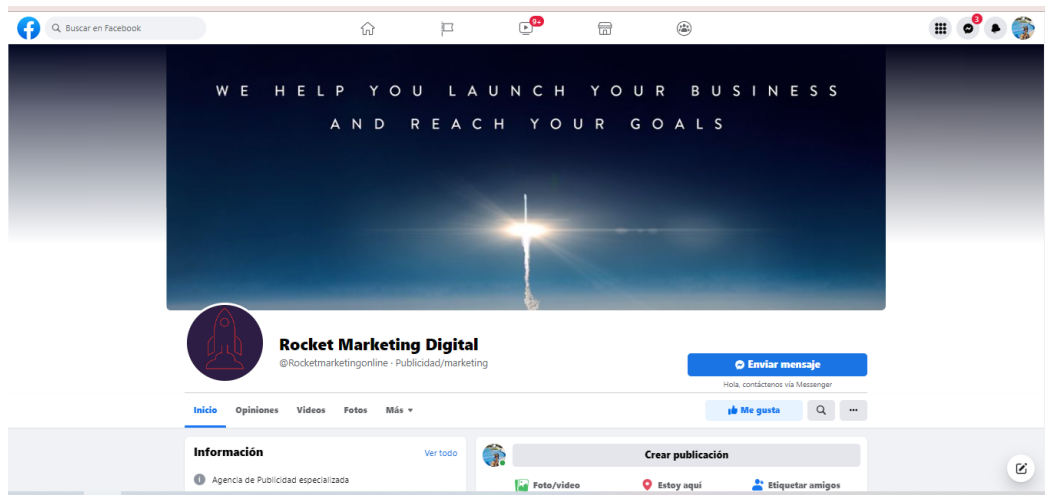
Rocket Marketing Digital es una empresa enfocada en ofrecer servicios de estrategias de marketing y pautas, también ofrece servicio de diseño para la marca y páginas web, brindando a su vez consultorías sobre temas de marketing.

Tiene presencia en Facebook, LinkedIn, Instagram y posee sitio web, en su sitio ofrece servicios de estrategia de marketing digital, estrategia de pautas, consultoría, diseño gráfico, diseño web y creación de productos multimedia.

En redes sociales tiene poca actividad en cuanto a publicaciones es una marca que está en proceso de posicionamiento, teniendo un año de creación.

### Análisis de Rocket Marketing Digital

COMPETENCIA	Facebook	Instagram	LinkedIn	Sitio web
Entlaces	Rocket Marketing Digital   Facebook	Rocket Marketing Digital (@rocketmarketingonline) · Fotos y videos de Instagram	(2) Rocket Marketing Digital : Publicaciones   LinkedIn	<a href="https://rocketmarketingdigital.com/">https://rocketmarketingdigital.com/</a>
Cantidad de seguidores	1,936	99	38	
Nº likes promedio en publicaciones	menos de 10 like	menos de 10 reacciones	menos de 10 recomendaciones por post	
Manejo de red	El numero de publicaciones es 1 al mes, no posee posicionamiento.	Tienen un promedio de 2 a 4 publicaciones por mes subiendo contenido de los servicios que ofrecen, y tips sobre marketing y redes sociales	Son una marca reciente dentro de esta red social, no posee mucho contenido.	El diseño y estructura del sitio web esta bien trabajada, cuenta con línea grafica y facilidad de navegabilidad.



## Protolab | Agencia de Marketing Digital & Diseño

Protolab es una empresa enfocada en la estrategia de comunicación de empresas, ofreciendo los servicios de diseñadores, especialistas en marketing que analizan y dan servicios objetivos adaptados a las necesidades de sus clientes.

Tiene presencia en Facebook, LinkedIn, Instagram y posee sitio web, en su sitio ofrece servicios de marketing estratégico, diseño y landing digital, diseño web.

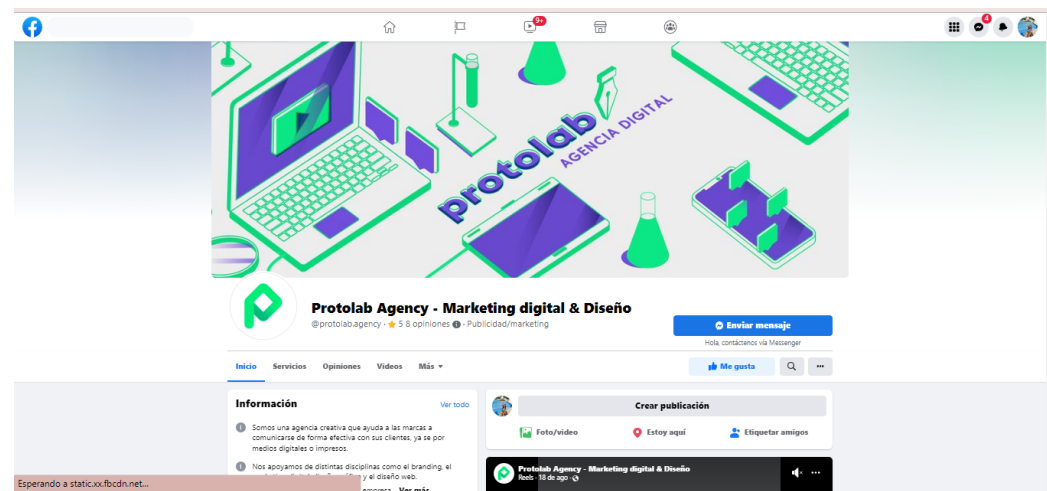
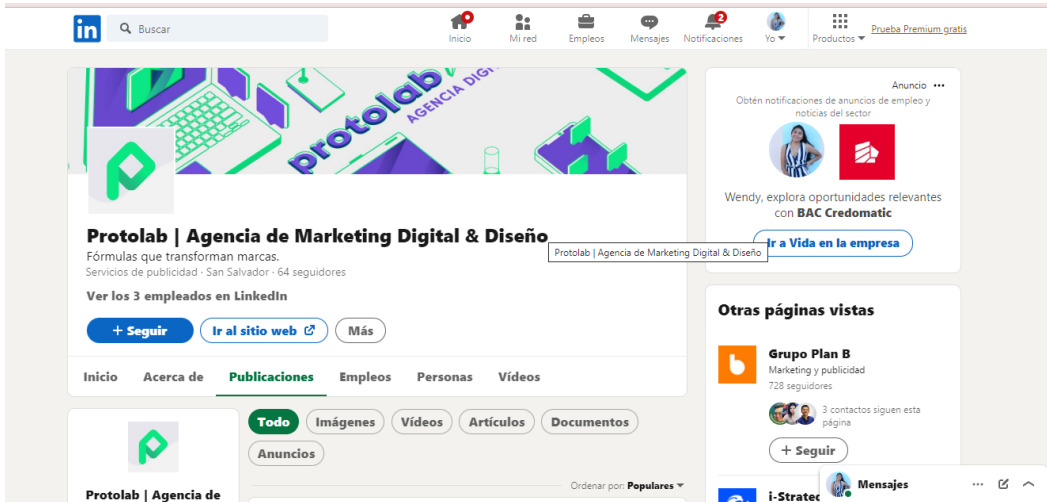
Es una empresa que ha trabajado en diversos proyectos de creación de material y diseño gráfico para Save the Children, Benihana, Centro cardio metabólico, entre otros.

En redes sociales tiene poca actividad en cuanto a publicaciones es una marca que está en proceso de posicionamiento, teniendo un año de creación.

### Análisis de Protolab

COMPETENCIA	Facebook	Instagram	LinkedIn	Sitio web
Enlaces	Protolab Agency – Marketing digital & Diseño (facebook.com)	Protolab   Marketing Digital (@protolabagency) · Fotos y videos de Instagram	Protolab   Agencia de Marketing Digital & Diseño · Acerca de   LinkedIn	CCM   Protolab Agency
Cantidad de seguidores	1203	280	64	
Nº likes promedio en publicaciones	menos de 10 like	Entre 10 y 15 reacciones	menos de 10 recomendaciones por post	
Manejo de red	El numero de publicaciones es 1 al mes, con contenido relevante sobre datos de marketing.	Realiza por lo menos una publicación a la semana, mostrando únicamente información sobre marketing que puede ser de utilidad a su publico.	Son una marca reciente dentro de esta red social, no posee mucho contenido.	Poseen un sitio web bien estructurado donde muestran los servicios y para brindar credibilidad dan a conocer los proyectos que han trabajado con algunas empresas.





## Ignacio Abed

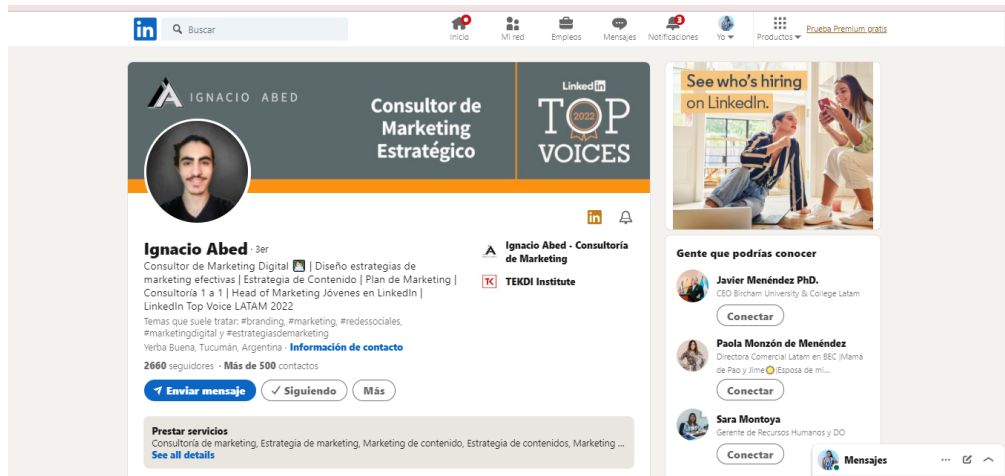
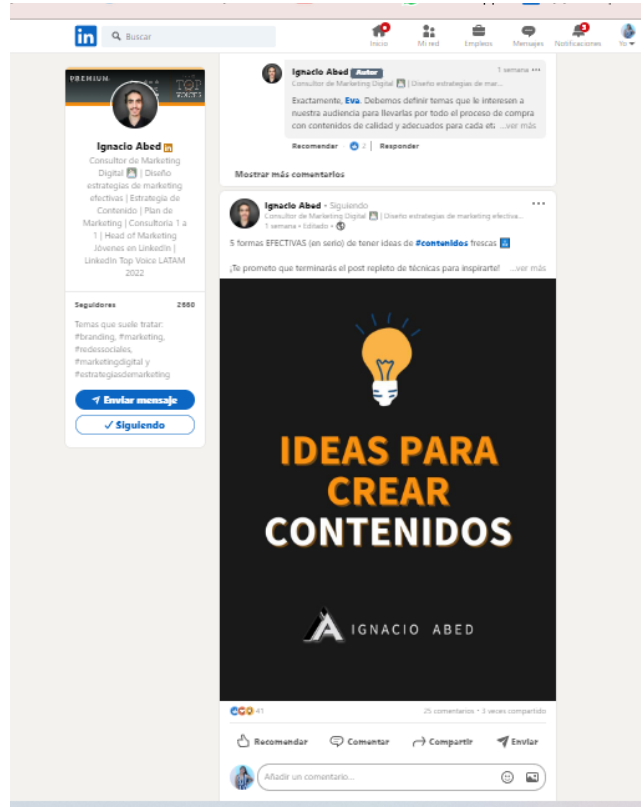
La marca personal de Ignacio Abed tiene como objetivo brindar servicios como consultor de Marketing Digital, diseño estrategias de marketing efectivas, estrategia de Contenido , creación de plan de Marketing y brindar consultoría.

Tiene presencia LinkedIn únicamente, ya que es una red de profesionales donde como independiente obtiene mayor visualización de empresas o personas que necesiten sus servicios.

En LinkedIn ofrece sus servicios y también comparte contenido de utilidad para creación de contenido. La forma de obtener clientes es a través de contacto directo.

### Análisis de Ignacio Abed

COMPETENCIA	LinkedIn	Sitio web
Enlaces	(3) Ignacio Abed   LinkedIn	-----
Cantidad de seguidores	2660	-----
Nº likes promedio en publicaciones	aproximado de 30 a 40 recomendaciones	-----
Manejo de red	Realiza publicaciones al menos 1 vez por semana, hace constante interacción con sus contactos brindando consejos y tips para creación de contenido y tema de marketing.	-----



# BUYER PERSONA

## Buyer persona 1:



### Edad

27 años

### Sexo

mujer

### Ocupación

Emprendedora

### Estado Civil

casada

### Nivel Educativo

Bachillerato

## Marlene López

#### Biografía

Marlene es una emprendedora que ha trabajado para obtener su negocio propio..

#### Impresiones negativas

"El negocio esta aun en proceso de crecimientos"  
"Desconozco el manejo adecuado de las redes para dar a conocer mi servicio"  
"¿Atraer clientes que seas fieles a mi emprendimiento?"

#### Objetivos y metas

Crear paginas en las redes sociales que utiliza para posicionar su marca y ofrecer sus servicios, dando a conocer su trabajo.

#### Pasatiempo

Estar con la familia  
Salir con amigos a cenar.  
Mantenerse en constante aprendizaje para aplicar a su negocio.  
Es una persona trabajadora, amable y perseverante.

#### Situación actual

Como emprendedora actualmente ofrece servicio a domicilio en diseño y colocación de uñas acrílicas, pedicura, tratamiento de cabello, alisado, tinturación y corte de cabello.

#### Ocupación

Trabaja de forma independiente en busca de posicionar su imagen, pero también trabaja en un salón de belleza obteniendo ingresos fijos de eso, esperando un día tener su local propio.

#### Temores

No conocer como promocionar sus servicios.  
No ofrecer servicio de calidad a sus clientas.  
Estar por debajo de la competencia.

#### Redes sociales

Como emprendedora hace uso de redes sociales como Facebook, Instagram y whatsapp.

#### Datos adicionales

Residen en San Salvador, vive con su esposo e hija, esta realizando un curso para mejorar técnicas de colocodo de acrílico y tinturación de cabello.

## Buyer persona 2:



### Edad

30 años

### Sexo

hombre

### Ocupación

Gerente general

### Estado Civil

Casado

### Nivel Educativo

universidad

## Carlos Iraheta

#### Biografía

Carlos es el gerente general de una Academia que ofrece cursos de ingles para jovenes en Santa Tecla

#### Impresiones negativas

"La empresa no cuenta con una persona encargada de dar publicidad en redes"  
"No se que tipo de contenido llama la atención para los jóvenes que desean estudiar ingles"  
"¿Como dar a conocer mas nuestra academia?"

#### Objetivos y metas

En la empresa busca crear un equipo de trabajo y asignar tareas concretas que ayuden a posicionar las academia y los curos que ofrece

#### Pasatiempo

Estar con la familia  
Visitar sitios turisticos  
Dedicar momentos de ocio viendo television en casa  
Es una persona trabajador, decidido, carismatico y analista.

#### Situación actual

Como gerente ve la debilidad dentro de la empresa de no contar con un encargado de crear campaña y contenido para redes sociales que esten basados en objetivos que se desean lograr

#### Ocupación

Es gerente general de la academia, cuenta con 5 años dentro de la empresa, sus ingresos rondan al rededor de \$1.200 mensuales

#### Temores

No brindar un servicio educativo de calidad  
No crear un ambiente laboral adecuado  
No saber que tipo de contenido se debe publicar para posicionar a la academia

#### Redes sociales

Como gerente general busca un especialista en marketing en LinkedIn, siendo esta una red con mas posibilidad de encontrar el perfil profesional que se desea.

#### Datos adicionales

Vive en Santa Tecla con su esposa y dos hijos, esta estudiando una maestría en Administración empresarial

### Buyer persona 3:



#### Edad

24 años

#### Sexo

mujer

#### Ocupación

Diseñadora Grafica

#### Estado Civil

Soltera

#### Nivel Educativo

universidad

## Rebeca Navarro

#### Biografía

Rebeca es una diseñadora grafica Freelancer, tiene 24 años de edad, vive en la Capital, le gusta mantenerse informada y actualizada en tema de diseño y marketing

#### Impresiones negativas

"No se como crear una campaña de marketing"  
"Quiero saber que tipo de contenido es el ideal para la empresa"  
"Como saber cual es el publico objetivo de la empresa que busca mi servicio"

#### Objetivos y metas

Crear un equipo de trabajo para ofrecer su servicio a empresas que desean posicionar su marca, producto y servicio en redes sociales.

#### Pasatiempo

Salir con sus amigos, pasar tiempo en familias. Buscar oportunidades de crecimiento (cursos o diplomados) Ir al gimnasio Es una persona sociable, carismatica y creativa.

#### Situación actual

Trabajadora creando diseños para una empresa, pero requiere de apoyo para generar una campaña de marketing

#### Ocupación

Actualmente trabaja de forma independiente y busca crear un equipo de Freelancer para llevar a cabo campañas de marketing de empresas o de emprendedores

#### Datos adicionales

Vive en el área de Antiguo Cuscatlán en San Salvador, actualmente tiene un salario aproximado de \$500.00 realizando diseños para pequeñas empresas

#### Temores

No dar un buen servicio a las empresas  
Tener pocos clientes que busquen sus servicios

#### Redes sociales

La principal red que utiliza para buscar clientes y aliados con especialización en marketing es LinkedIn

## CANALES DIGITALES

Para la estrategia de marketing que se implementa para la marca personal las redes sociales donde se encuentra el público objetivo es en Facebook y LinkedIn, por medio de estas se difundirá contenido variado con el fin de crecer y posicionar la imagen del servicio que se brinda a los usuarios.

### **LinkedIn**

Esta red social será el canal principal para crear vínculo con clientes, principalmente para aquellos que buscan mejorar su marca persona, innovando su perfil personal como profesional, se generará interacción mutua con los usuarios, brindando también asesorías personalizadas para crear estrategias de acuerdo a su marca, publicando a su vez información acertada sobre la marca.

### **Facebook**

Por medio de esta red se publicará contenido para posicionar y dar a conocer la marca personal, creando contenido de utilidad para todo aquel usuario que desea aprender sobre marketing digital teniendo a disposición también asesorías para ofrecer servicio a usuarios o empresas que buscan mejorar su imagen y presencia en redes sociales.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

### **Contenido de Valor**

Estará enfocado en atraer seguidores nuevos a nuestras redes sociales, publicando contenido con el fin de entretener e informar con temas relacionados a nuestra marca.

- Beneficios de utilizar marketing digital
- Herramientas útiles para manejo de redes
- Ejemplos de llamado a la acción para tus posts
- Tips para aumentar interacción
- Sitios web para crear contenido
- Paginas para análisis de métricas

### **Contenido de Venta**

Se utilizará para dar a conocer los servicios que ofrece nuestra marca personal, ofreciendo así promociones y facilidades de paquetes de servicio de marketing.

- Promociones
- Descuentos
- Campañas
- Ofertas de temporadas
- Paquete de servicios

## **Branding**

Se emplea para dar a conocer los valores de la marca personal, creando vínculo con los seguidores, buscando que cada publicación obtenga contenido relevante.

- Marca
- Servicios
- Horarios
- Formación profesional
- Trabajos realizados



## **Educación**

El contenido estará enfocado en educar con respecto a temas de interés, brindando datos relevantes.

- Marketing digital, inbound marketing
- SEO
- SEM
- Objetivos SMART
- FODA
- Buyer persona
- Uso de canva

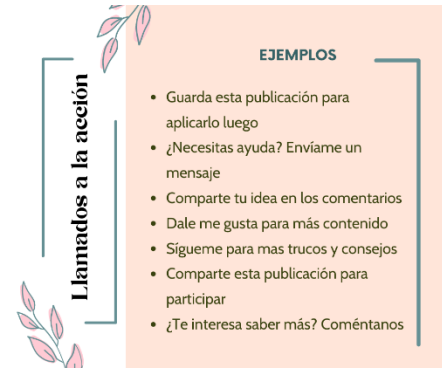




## CALENDARIO DE CONTENIDO


Calendario quincenal Facebook del 3 al 19 de octubre					
Calendarización					
Fecha	Horario	Pilar de Contenido	Tipo de contenido	Copy	
Lunes 3	10:00 am	Branding	Post	Te comparto los horarios de atención para asesorías o consultas relacionadas al marketing de tu marca, puedes contactar enviando un DM y con gusto te atenderé	
Martes 4	11:00 am	Branding	Post	Conoce más sobre mi marca personal Como periodista y estratega ofrezco mis servicios en el área de Marketing digital y creación de contenido para redes sociales. 🙌 Escíbeme y te apoyare a lograr los objetivos digitales de tu marca.	

Miércoles 5	10:00 am	Educación	Infografía	<p>Probablemente consideres innecesario sentarte a pensar en los puntos fuertes y débiles de tu empresa, sin embargo, es importante que realices un análisis FODA para conocer hacia donde se dirige tu marca. Grandes empresas utilizan el análisis FODA para evaluarse frente a sus competidores, de esta manera les permite desarrollar estrategias claves para su crecimiento. 🤓👍</p>	<p><b>¿Qué es el FODA?</b></p> <p>Es un análisis que ayuda a las empresas o emprendimientos ya que contribuye a conocer el estado en el que marcha un negocio de manera externa e interna.</p> <p>Al realizar este análisis se puede conocer si la empresa o emprendimiento necesita desarrollar habilidades innovadoras que ayudarán a evaluar las mejorías que se requiere.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>FORTALEZAS</b> Son factores internos de la empresa que son considerados un punto fuerte, como las capacidades, recursos y ventajas.</li> <li><b>OPORTUNIDADES</b> Acciones o estrategias que puede seguir la empresa para crecer de manera potencial con el fin de describir los elementos que se puede aprovechar dentro de un entorno.</li> <li><b>DEBILIDADES</b> Son factores internos de una empresa o emprendimiento que son considerados un punto débil, estos factores son importantes para determinar las deficiencias que se presentan.</li> <li><b>AMENAZAS</b> Son factores externos que tiene un comportamiento o evolución negativa para los intereses de la empresa, para conocer las amenazas es necesario ver los problemas desde diferentes ángulos.</li> </ul>
Jueves 6	11:00 am	Contenido de valor	Storie	beneficios de utilizar marketing digital	<p><b>Beneficios de tener MARKETING DIGITAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atrae más audiencia hacia tu marca</li> <li>Direcciona tu contenido a tu cliente ideal</li> <li>Permite recolectar datos sobre tus clientes</li> </ul>
Viernes 7	10:00 am	Educación	Video	<p>Conoce algunos elementos importantes que debes incluir al momento de crear el Branding Visual de tu empresa 🖥️👉</p>	<p><a href="https://drive.google.com/file/d/1dU42CBmacTL9ORMVxOkINC4rJg0bwy0U/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1dU42CBmacTL9ORMVxOkINC4rJg0bwy0U/view?usp=drive_link</a></p>

Sábado 8	1:00 pm	Educación	Infografía	<p>Conoce que estrategia se acopla a tus necesidades y presupuesto, aplicando SEO o SEM, si aún no te familiarizas con estos términos 🤔 acá te comparto información que te ayudara aclarar tus dudas. 👍</p>	<p><b>¿Qué es SEO y SEM?</b></p> <p>El SEO y el SEM son dos básicos imprescindibles en las estrategias de marketing online, comúnmente suele haber confusión entre ambos términos.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p><b>SEO</b></p> <p>SEO son las siglas de Search Engine Optimization (optimización para motores de búsqueda), es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de diferentes buscadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Resultados orgánicos</li> <li>No hay costo alguno</li> <li>Resultados a medio-largo plazo</li> <li>Incremento constante</li> <li>Los motores de búsqueda encuentran tu web para búsquedas relevantes</li> </ul> </div> <div style="width: 45%;"> <p><b>SEM</b></p> <p>SEM son las siglas de Search Engine Marketing (marketing en motores de búsqueda), este engloba todos los técnicos usados para mejorar el posicionamiento de una web (incluyendo SEO), es sinónimo de "publicidad en buscadores".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Resultados de pago</li> <li>Pagas por clic a tu web</li> <li>Resultados a corto plazo</li> <li>Solo hay visibilidad si se paga</li> <li>Tus anuncios aparecen para búsquedas relevantes</li> </ul> </div> </div>
Lunes 10	10:00 am	Educación (interacción)	Storie	<p>¿Conoces la diferencia entre SEO y SEM?</p>	<p><b>¿Conoces la diferencia entre SEO y SEM?</b></p> <p>SI   NO</p> <p>En este post te dejo información acerca de SEO y SEM</p>
Martes 11	11:00 am	Contenido de venta	Post	<p>Conoce los paquetes para redes sociales, puedes seleccionar entre tres opciones, adquiere el que se acople a tus necesidades. 🖥️👍 Garantía de servicio profesional, puedes hacer consulta para paquetes personalizados de acuerdo a tu marca dejando un mensaje</p>	<p><b>Paquetes de SOCIAL MEDIA</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 30%;"> <p><b>BÁSICO</b> \$250</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>12 post al mes</li> <li>Elaboración y monitoreo de estrategia y campaña</li> <li>Creación de línea grafica</li> <li>Creación de contenido</li> <li>Asesoría semanal</li> <li>Grabación de video y toma de fotografías</li> <li>Análisis de métricas</li> </ul> </div> <div style="width: 30%;"> <p><b>EMPRESARIAL</b> \$500</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>15 post al mes por cada red</li> <li>Manejo de 4 redes sociales</li> <li>Elaboración y monitoreo de estrategia y campaña</li> <li>Creación de contenido</li> <li>Asesoría semanal</li> <li>Grabación y elaboración de video y toma de fotografías</li> <li>Análisis de métricas</li> <li>Respuesta a inbox y comentarios</li> </ul> </div> <div style="width: 30%;"> <p><b>EMPRENDEDOR</b> \$350</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>16 post al mes</li> <li>Manejo de 3 redes sociales</li> <li>4 GIF al mes</li> <li>1 video de presentación de marca</li> <li>Elaboración y monitoreo de estrategia y campaña</li> <li>Creación de línea grafica</li> <li>Creación de contenido</li> <li>Asesoría semanal</li> <li>Grabación de video y toma de fotografías</li> <li>Análisis de métricas</li> <li>Respuesta a inbox</li> </ul> </div> </div>


Miércoles 12	10:00 am	Contenido de valor (Interacción)	Post	<p>Te comparto estos efectivos llamados a la acción, con ellos conseguirás los objetivos que deseas en tus publicaciones.</p> <p>📖 Comenta cuales utilizarías y ¿por qué lo aplicarías en tu post? 🙋🤔</p>	 <p><b>Llamados a la acción</b></p> <p><b>EJEMPLOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guarda esta publicación para aplicarlo luego</li> <li>• ¿Necesitas ayuda? Envíame un mensaje</li> <li>• Comparte tu idea en los comentarios</li> <li>• Dale me gusta para más contenido</li> <li>• Sígueme para mas trucos y consejos</li> <li>• Comparte esta publicación para participar</li> <li>• ¿Te interesa saber más? Coméntanos</li> </ul>
Jueves 13	11:00 am	Educación	Infografía	<p>Los Objetivos SMART pueden dar un impulso a nuestra marca, siendo base importante para crear nuestro plan de marketing. En este post te explico qué son y por qué son importantes. 🤙👍</p>	 <p><b>¿Qué son los objetivos SMART</b></p> <p>Los objetivos SMART o inteligentes son los puntos donde una empresa quiere llegar, de forma estratégica; es decir, son objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y a tiempo.</p> <p>Los criterios SMART hacen referencia a las 5 características básicas que cada objetivo debe tener: ser específico, medible, alcanzable, relevante y a tiempo.</p> <p><b>¿Para qué sirve la metodología SMART?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar tu visión empresarial</li> <li>• Mejorar la planeación</li> <li>• Poner el foco en lo más importante</li> <li>• Obtener mayor control</li> <li>• Optimizar la comunicación</li> <li>• Impulsar la gestión del tiempo</li> <li>• Agilizar la fuerza de ventas</li> <li>• Incrementar la rentabilidad del negocio</li> </ul> <p><b>S</b> Specific (específico): ¿qué quieres conseguir en tu área focal?</p> <p><b>M</b> Measurable (medible): ¿qué KPI o indicadores se pueden utilizar para medir su eficiencia?</p> <p><b>A</b> Attainable (alcanzable): ¿es razonable respecto de la situaciones de la empresa?</p> <p><b>R</b> Relevant (relevante): ¿por qué te interesa a tu empresa o a tus clientes?</p> <p><b>T</b> Timely (a tiempo): ¿cuándo se tiene que conseguir esta meta?</p>
Viernes 14	10:00 am	Educación	Post	<p>El Buyer Persona es uno de los elementos claves en una estrategia, permite conocer el perfil de tu cliente ideal identificando datos demográficos, socioeconómicos y comportamientos. Por eso hoy te explico que datos debe tener un buyer persona y así puedas crear el tuyo 📖👍</p>	 <p><b>¿CÓMO HACER NUESTRO BUYER PERSONA</b></p> <p><b>Información demográfica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Nacionalidad</li> <li>• Donde vive</li> <li>• Estado civil</li> <li>• Género</li> </ul> <p><b>Información laboral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo/ ocupación</li> <li>• Sector de trabajo</li> <li>• Cargo</li> <li>• Nivel de escolaridad</li> </ul> <p><b>Metas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos de vida</li> <li>• Retos o aspiraciones</li> <li>• Miedos</li> <li>• Necesidades</li> <li>• Expectativas</li> </ul> <p><b>Hábitos de compra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donde compra</li> <li>• Redes que utiliza</li> <li>• Modo de compra</li> <li>• Intereses de compra</li> <li>• Deseos</li> </ul>

Sábado 15	7:00 am	Venta	Storie	Promoción de 50% de descuento en asesorías para fin de semana	
Lunes 17	10:00 am	Contenido de valor (Interacción)	Post	<p>¿No sabes cómo crear tu calendario de contenido?</p> <p>📧😞 Comparte esta publicación y escríbeme tu correo en un mensaje pidiendo "Ayuda con mi calendario de contenido" y automáticamente te compartiré una plantilla de calendario de contenido que te ayudará a organizar tus publicaciones.</p>	
Martes 18	11:00 am	Contenido de valor	Infografía	<p>¿Conoces la metodología Inbound? Tiene como objetivo atraer voluntariamente a los clientes potenciales que tienen interés en tu servicio o producto. Aquí te cuento más sobre esta herramienta valiosa para tu estrategia de marketing 🙌🕶️</p>	

Miércoles 19	10:00 am	Contenido de valor	Storie	Tips para aumentar interacción	 <p><b>TIPS para aumentar interacción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce a tu público objetivo</li> <li>• Se fiel a tu identidad de marca</li> <li>• Varía formatos y contenidos</li> <li>• Crea buen contenido</li> <li>• Viraliza tus post</li> </ul>
--------------	----------	--------------------	--------	--------------------------------	---

### Calendario quincenal LinkedIn del 3 al 19 de octubre

#### Calendarización

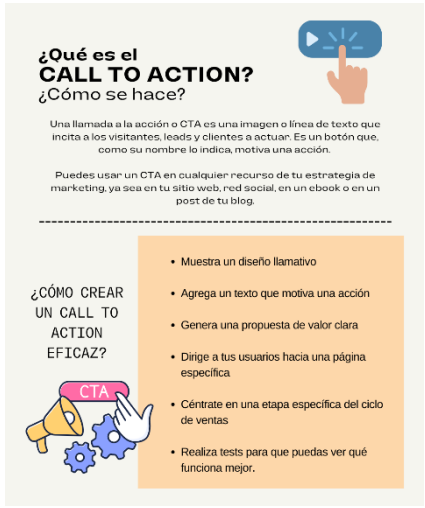

Fecha	Horario	Pilar de Contenido	Tipo de contenido	Copy	
Lunes 3	1:00 pm	Branding	Texto	Como profesional del periodismo y el marketing digital, brindo servicios para ayudar a crecer tu marca, con profesionalismo y compromiso en cada trabajo con mis clientes, con ética y valores te ofrezco mi apoyo para cumplir juntos los objetivos de tu marca.	 <p>Wendy Lovos PERIODISMO Y MARKETING</p> <p>Contáctame al 72912599</p>


Martes 4	2:00 pm	Branding	post	Escribeme en los horarios de atención para ti y con gusto seré tu apoyo para trabajar en tu marca.	
Miércoles 5	1:00 pm	Contenido de valor	carrusel	Recursos para hacer #marketingdigital, estas herramientas te facilitaran el trabajo en áreas de diseño, email marketing y gestión de redes sociales. No olvides guardar esta información	<a href="https://drive.google.com/file/d/1rOG162ePOJx0oa2EsNX0nck3BVRgskU0/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1rOG162ePOJx0oa2EsNX0nck3BVRgskU0/view?usp=drive_link</a>
Jueves 6	2:00 pm	Educación (interacción)	infografía	Marketing de contenido ¿Qué es y cuáles son los tipos de marketing de contenido? 🖥️😬 Comenta cuales utilizas tu y compártenos si conoces de otros tipos #marketing de contenido	
Viernes 7	1:00 pm	Educación	video	SEO y SEM son dos conceptos básicos dentro de las estrategias de marketing digital y suelen confundirse, sin embargo, ambas buscan posicionamiento de un sitio web, pero lo realizan de diferentes maneras, acá de mostramos como 🖥️😬 #SEO #SEM	<a href="https://drive.google.com/file/d/1LIvmR-eOGSxhu-bwlatXcvmfRCOgzblq/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1LIvmR-eOGSxhu-bwlatXcvmfRCOgzblq/view?usp=drive_link</a>

Sábado 8	11:00 pm	Contenido de venta	post	<p>APROVECHA ESTA PROMO, paquetes de servicio de social media durante todo OCTUBRE tiene 20% de descuento 🕶️👍</p>	 <p>20% Off en paquetes de servicio puedes elegir entre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Básico</li> <li>• Emprendedor</li> <li>• Empresarial</li> </ul> <p>Promoción válida únicamente al adquirir un paquete durante el mes de Octubre</p>
Lunes 10	1:00 pm	Educación	Infografía	<p>Una parte muy importante de una estrategia de marketing es el análisis FODA, se trata de analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de nuestra empresa. Pero ¿Cómo hacerlo? 🖥️😞 Acá te muestro como puedes realizar tu análisis FODA 🙌 #análisis</p>	 <p><b>¿Qué es el FODA?</b></p> <p>Es un análisis que ayuda a las empresas o emprendimientos ya que contribuye a conocer el estado en el que marcha un negocio de manera externa e interna.</p> <p>Al realizar este análisis se puede conocer si la empresa o emprendimiento necesita desarrollar habilidades innovadoras que ayudarán a evaluar las mejoras que se requiere.</p> <p><b>FORTALEZAS</b> Son factores internos de la empresa que son considerados un punto fuerte.</p> <p><b>OPORTUNIDADES</b> Acciones o estrategias que puede seguir la empresa para crecer de manera potencial.</p> <p><b>DEBILIDADES</b> Son factores internos de una empresa o emprendimiento que son considerados un punto débil.</p> <p><b>AMENAZAS</b> Son factores externos que tiene un comportamiento o evolución negativa para los intereses de la empresa.</p> <p><b>¿Cómo realizar un análisis FODA?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usa una plantilla o crea una matriz de cuatro cuadrantes.</li> <li>• Etiqueta las categorías en cada uno de los cuatro cuadrantes.</li> <li>• Completa cada categoría sin seguir un orden en particular.</li> <li>• Finaliza y establece prioridades.</li> <li>• Comparta los resultados del análisis FODA identificados.</li> </ul>
Martes 11	2:00 pm	Contenido de valor (interacción)	Carrusel	<p>El análisis de tráfico de tu paginas ayuda a recopilar datos claves para conocer si nuestra estrategia está dando frutos o nos ayuda también a poder saber qué aspectos necesitan ser reforzados, por ello te muestro estas páginas que te ayudarán a obtener análisis de métricas de tu sitio web, ¿las conocías? 😞 Comenta si sabias de ellas o compártenos si conoces de otras que sean de ayuda 🖥️🙌 #tráficoweb</p>	<p><a href="https://drive.google.com/file/d/1N_NA4dm4ILWP2Pa_anavSLRcd-uGpUL7/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1N_NA4dm4ILWP2Pa_anavSLRcd-uGpUL7/view?usp=drive_link</a></p>



Miércoles 12	1:00 pm	Contenido de valor	Post	Dependiendo del tipo de sitio web que tengas debes saber las métricas importantes de análisis; por esta razón en este post te muestro las métricas más importantes para análisis de tu sitio web 🙌🕶️ #métricas	<p><b>MÉTRICAS MÁS IMPORTANTES PARA ANÁLISIS WEB</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Velocidad del sitio web</li> <li>• Autoridad del sitio web</li> <li>• Presencia en línea</li> <li>• SEO y palabras claves</li> </ul>
Jueves 13	2:00 pm	venta	Post	Deseas saber ¿qué estrategia de marketing encaja con tu empresa? 🤔 Este jueves estaré brindando asesoría gratuita a las primeras 10 personas o empresas que me envíen un mensaje.	<p><b>ASESORÍA GRATUITA en marketing digital</b></p> <p><b>JOIN TODAY</b></p> <p>Envíame un mensaje y se una de las 10 personas que reciben asesoría gratuita este jueves 13 de octubre</p>
Viernes 14	1:00 pm	Educación	Carrusel	Te comparto estos importantes elementos que debes considerar al momento de definir tu buyer persona. 🖥️🙌🕶️	<p><b>ELEMENTOS DE UN BUYER PERSONA</b></p> <p>Debes identificar las siguientes características</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Nacionalidad</li> <li>• Donde vive</li> <li>• Estado civil</li> <li>• Género</li> <li>• Trabajo/ ocupación</li> <li>• Nivel de estudio</li> <li>• Objetivos de vida</li> <li>• Metas y aspiraciones</li> <li>• Miedos y necesidades</li> <li>• Medios de comunicación que utiliza</li> <li>• Métodos de compra</li> </ul>

Sábado 15	11:00 am	Contenido de valor	Infografía	<p>La base de nuestra estrategia es atraer clientes y la forma de cómo convencer a usuarios para que hagan clic, sin embargo, muchas veces no lo conseguimos y por ello tenemos que conocer ¿qué es un call to action? 🖥️🤔 Aquí te explico un poco en que consiste 🙌👓 #CTA</p>	
Lunes 17	1:00 pm	Contenido de valor (interacción)	post	<p>Si deseas posicionar tu marca y lograr captar la atención de tu público, aquí te comparto algunas ideas de publicaciones para LinkedIn, comenta cuales aplicarías a tu marca y ¿Por qué? 🖥️🙌👓</p>	
Martes 18	2:00 pm	Contenido de valor	carrusel	<p>Una estrategia de marketing digital es la planificación de ciertos pasos para llegar a objetivos definidos, por medios online, que conlleva aspectos como la creación y difusión de contenidos a través de los sitios web y las redes sociales, la gestión de correos electrónicos y blogs, entre otros aspectos. Aquí te presento los pasos para crear una estrategia de marketing digital 🖥️🙌👓 #estrategia #marketingdigital</p>	<p><a href="https://drive.google.com/file/d/1zWiOQ8hgo-61trITHE4mcGKwAbcYE2js/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1zWiOQ8hgo-61trITHE4mcGKwAbcYE2js/view?usp=drive_link</a></p>

<p>Miércoles 19</p>	<p>1:00 pm</p>	<p>Educación</p>	<p>Carrusel</p>	<p>Definir objetivos de marketing de una manera SMART es una de las tareas que ponen en jaque a las personas líderes de las empresas, ya que en ocasiones es difícil saber cómo identificarlos 🤔 Por ello es importante que conozcas sobre el tema, en este post aprenderás más sobre los objetivos #SMART</p>	 <p><b>¿Qué son los objetivos SMART</b></p> <p>Los objetivos SMART o inteligentes son los puntos donde una empresa quiere llegar, de forma estratégica, es decir, son objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y a tiempo.</p> <p>Los criterios SMART hacen referencia a las 5 características básicas que cada objetivo debe tener: ser específico, medible, alcanzable, relevante y a tiempo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>S</b> Specific (específico): ¿qué quieres conseguir en tu área focal?</li> <li><b>M</b> Measurable (medible): ¿qué KPI o indicadores se pueden utilizar para medir su eficiencia?</li> <li><b>A</b> Attainable (alcanzable): ¿es razonable respecto de la situación de la empresa?</li> <li><b>R</b> Relevant (relevante): ¿por qué le interesa a tu empresa o a tus clientes?</li> <li><b>T</b> Timely (a tiempo): ¿cuándo se tiene que conseguir esta meta?</li> </ul> <p><b>¿Para qué sirve la metodología SMART?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar tu visión empresarial</li> <li>• Mejorar la planeación</li> <li>• Poner el foco en lo más importante</li> <li>• Obtener mayor control</li> <li>• Optimizar la comunicación</li> <li>• Impulsar la gestión del tiempo</li> <li>• Agilizar la fuerza de ventas</li> <li>• Incrementar la rentabilidad del negocio</li> </ul>
-------------------------	----------------	------------------	-----------------	--	--

## REFERENCIAS

HubSpot, Inc. (s/f). *HubSpot - academy*. Hubspot.com.

<https://app.hubspot.com/academy/40192371/tracks/15/377/2055>

Silva, L. (n.d.). *Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos*. Blog.hubspot.es.

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>

*Cómo hacer buen marketing en redes sociales*. (n.d.). Mailchimp. Retrieved July, 2023, from <https://mailchimp.com/es/resources/how-to-market-on-social-media/>

*Meta Business Suite: Administrar Facebook e Instagram en un solo lugar*. (n.d.). Meta for Business. <https://es-la.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>

*Tema*. (n.d.). Learndigital.withgoogle.com. Retrieved July 9, 2023, from

<https://learndigital.withgoogle.com/activate/course/digital-marketing/module/137>