

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE
LA MARCA PERSONAL “EDWIN BRIZUELA”**

PRESENTADO POR:

EDWIN ALEXÁNDER BRIZUELA HERNÁNDEZ

CARNÉ:

(BH15011)

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

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

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

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, MARZO 2024**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA.

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTORA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FISCAL GENERAL

LICENCIADO. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE.

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA.

VICEDECANA

MAESTRA. MARY CRUZ JURADO

SECRETARIO

MAESTRA. NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO. EDIS EDGARDO MONGE LUNA

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS

Luego de más de veinte años en la educación académica debo de agradecer a Dios por su misericordia y bendecirme con mis padres, a quienes les encargó ser mis guías y salvavidas para esta etapa, la vida en la Tierra; agradecerle por: Fredy, Brayan, Josué y Daniel, mis hermanos; cada uno experto en su área profesional y abiertos a aprender de los demás, dignos de admiración y respeto.

Los amo familia y me gozo que compartamos este logro universitario dedicados especialmente a ustedes; aunque me duele que papá no este físicamente.

Don José Fredy Brizuela sé que a la fecha ya tendría organizado parte de la celebración de este triunfo de su segundo hijo; disfrutabas de cada meta alcanzada por tus hijos, siempre demostró aguante para las temporadas oscuras y te reinventaste desde tu niñez para sobrevivir en una sociedad no tan privilegiada para ti. ¡Dejaste la vara muy alto papá!

Aprovecho para inmortalizar en este informe una de tus tantas frases que guardo con cariño: *¡Si a mí no me dieron estudio, pero, ustedes estudiarán algo que les guste...!* Y por la buena dupla que hiciste con mamá, lo lograron. ¡Dejaste la vara muy alto papá! Un abrazo hasta el cielo.

Asimismo, este título se lo dedico a María Elena Hernández, mi madre, con quien hemos escrito muchas experiencias buenas y malas, alegres y tristes.

Gracias por su firmeza en que sus hijos pueden lograr sus metas y destacar en el proceso, algunos aún se preguntan, *¿qué les dará para que sean inteligentes?*, y será su mejor ingrediente secreto para su mejor creación, sus hijos; espero lo comparta pronto para sus nietos.

Agradecer a mis hermanos por su apoyo incondicional con los asuntos de la carrera universitaria y cuestiones personales, en especial a Daniel por ser parte de crew de los proyectos audiovisuales. También a cada persona que en su momento fue y será esencial para obtener este título y otros que vengan.

INDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	7
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	8
FODA	9
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	11
BUYER PERSONA	18
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	21
KPI'S	22
CANALES DIGITALES	23
LÍNEAS DE CONTENIDO	24
CALENDARIO DE CONTENIDO	25
BIBLIOGRAFÍA	36

RESUMEN

En los últimos años es indiscutible debatir que la tecnología ha abonado a la expansión y aceleración de la distribución de distintos contenidos y mensajes, como informativos, de entretenimiento, educativos o de otra índole. Mantener una imagen positiva y fresca en el espacio del internet y las redes sociales es parte de las estrategias del marketing digital utilizadas por distintas empresas, instituciones, artistas, figuras públicas y personas particulares. En este trabajo se muestra una serie de pasos para la creación de una marca personal para redes sociales con el objetivo de posicionarse en el mundo digital, como en el rubro profesional en que se compite, como lo es la toma de fotografía y video de eventos sociales, institucionales o empresariales. Parte de esa estrategia es analizar la competencia, crear objetivos a cumplir, conocer las características de la marca personal a partir del uso de la herramienta FODA, proponer un calendario de publicaciones para redes sociales alineado con las intenciones de fidelizar y aumentar los clientes que utilicen los servicios de coberturas fotográficas y de video, describir las líneas de contenido y los buyer persona como los potenciales clientes ideales.

Palabras Clave: marketing digital, redes sociales, fotografía, buyer persona, branding, marca personal.

INTRODUCCIÓN

Este informe resume lo aprendido en la especialización en Marketing y Redes Sociales, de la licenciatura en Periodismo, ejecutando lo aprendido en la creación de una marca personal que logre posicionarse en las redes sociales, con el objetivo de fidelizar clientes, crear ventas, y desarrollar una identidad de marca profesional en el rubro.

La marca a trabajar es: “Edwin Brizuela - fotografía y video” con la finalidad de ofrecer servicios en el área de fotografía y video de eventos sociales e institucionales. Algunas estrategias a usar para el posicionamiento de este proyecto son el Marketing de Contenido, Social Selling, Inbound Marketing y SEO.

Este informe se divide en secciones claves para explicar la estrategia digital de la marca persona “Edwin Brizuela - fotografía y video” como: el análisis de la competencia, la situación de la marca, el uso de la herramienta FODA, analizando sus características internas y su situación externa; la presentación de los distintos buyer persona como ideales clientes, las líneas de contenido, objetivos generales y específicos, un calendario de publicaciones en las redes sociales seleccionadas: Instagram y LinkedIn.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

“Edwin Brizuela - fotografía y video” se logra concretizar con los recientes conocimientos sobre el posicionamiento y manejo de una marca personal en redes sociales, en la especialización de Marketing y Redes Sociales de la licenciatura de Periodismo, además, de otros cursos externos relacionados a los medios digitales y las comunicaciones, esto para crear una estrategia digital para posicionar la marca en LinkedIn e Instagram.

Los servicios que ofrece Edwin Brizuela son fotografía y video, cubriendo eventos sociales e institucionales, con la suficiente experiencia laboral, anteriormente se desarrolló el proyecto “30 Frame”, donde se cubrían bodas civiles y religiosas únicamente, proyecto compartido entre compañeros universitarios, siendo un cofundador Edwin Brizuela.

Además, se decide crear la marca en el rubro de fotografía y video por la experiencia que se cuenta desde el 2013 en trabajos académicos de educación media y universitarios con proyectos y trabajos premiados en ferias de cine y cortometrajes y concursos fotográficos.

Enlaces de la marca: “Edwin Brizuela - fotografía y video”:

Instagram: <https://www.instagram.com/brizuela.ed/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/edwin-brizuela-9468201a6/>

Logo de la marca:



El logo se compone por el nombre y apellido de la marca persona y sus respectivas iniciales en mayúscula y la especificación de los servicios que se ofrece: fotografía y video, además el elemento grafico de la cinta fotográfica análoga, marcando las letras “ED”, firma utilizada para trabajos personales anteriores.

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

La marca persona “Edwin Brizuela - fotografía y video” ofrece sus servicios en los distritos: San Salvador, San Marcos, Santo Tomás, Santiago Texacuangos del departamento de San Salvador y el distrito de Santa Tecla del departamento de La Libertad. Para contratar los servicios, debe notificar con anticipación de 3 semanas previas al evento.

Cobertura de eventos sociales

En este servicio se ofrece la cobertura de eventos sociales como: bodas, XV años, bautizos, cumpleaños, aniversarios, entre otros. Se cobrará por paquetes, que rondarán un precio mínimo de \$150 hasta los \$700, dependiendo de duración del evento y cantidad de fotografías acordadas previamente.

Se brindará la cobertura fotográfica digital, cobertura de vídeo, vídeos cortos para redes sociales. Los clientes potenciales son toda persona con un evento cercano.

Cobertura de eventos institucionales

Consiste en la cobertura de eventos institucionales, ONG y empresariales, siendo estos un evento ejecutivo o de campo. La diferencia al otro servicio va referido al costo del paquete, para ello se hará un estudio de la oferta dada por la competencia y dependerá de la capacidad de la institución.

Los clientes potenciales son presidentes institucionales o jefes del área de comunicaciones de empresas, instituciones públicas, privadas y ONG.

FODA

Es la herramienta que permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de una empresa, organización, institución y/o persona, con el objetivo de desarrollar con éxito una estrategia para diagnosticar la situación actual de la empresa, institución o como es el caso la marca persona.

Fortalezas:

- Conocimiento de fotografía a nivel profesional.
- Manejo de estrategias digitales y redes sociales.
- Dominio de los programas de edición del área de fotografía y video.
- Aprendizaje rápido.

Oportunidades:

- Generar empleo a futuro o colaborar con otros fotógrafos.
- Seguir Creciendo en la plataforma Instagram y posicionar la marca en LinkedIn.
- Brindar servicios de buena calidad para mantener clientes.
- Posicionarse en las redes sociales.
- Recomendaciones de antiguos clientes a terceros

Debilidades:

- No poseer vehículo para transportarse.
- Poca cartera de clientes.
- Equipo fotográfico reducido.
- A corto plazo no poseer más equipo humano.

Amenazas:

- Competencia con mayor solvencia económica para pautar en RRSS.
- Clientes con intención de pagar barato.
- Competencia agresiva en redes sociales.
- Nuevos fotógrafos con costos más baratos.

Análisis de FODA

“Edwin Brizuela - fotografía y video” bajo el anterior cuadro de FODA logra tener una buena proyección, conocer del manejo del marketing digital y redes sociales es un buen gancho para crear una buena estrategia y captar la atención de los nuevos clientes.

Se tiene claro que la competencia tiene ventaja por su grado de presencia en redes sociales y la cartera de clientes que poseen, además, las colaboraciones que a menudo son utilizadas en las RRSS con influencers u otras marcas. Saber con anticipación las amenazas y debilidades ayuda para proponer una solución desde la estrategia, como el conocer los precios de cada paquete que ofrece la competencia y el grado de calidad de sus trabajos.

La marca planea ofrecer un servicio personalizado con cada cliente garantizando mejorar las habilidades del equipo humano y respaldar la marca con cada experiencia laboral que se nos contrate, abriendo la oportunidad de ser recomendados por clientes antiguos a terceros, en ventas es más rápido decidirse en una marca que tiene la recomendación de alguien a quien yo conozco.

A mediano plazo se espera que la marca sea sostenible y tenga liquidez para adquirir nuevos equipos fotográficos y dar la oportunidad de emplear a estudiantes universitarios a medio tiempo o por eventos, creando así una micro empresa y que los colaboradores se profesionalicen y cubran sus gastos personales, además de crear alianza con otros emprendedores del rubro.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Esta parte consiste en identificar y analizar a los competidores directos e indirectos para desvelar las fortalezas y debilidades que presentan con respecto a nuestra marca.

1. Foto Boda Sv:

www.fotobodasv.com

<https://www.facebook.com/fotobodasv>

<https://www.instagram.com/fotobodasv/>

<https://www.youtube.com/@fotobodasv4304>

<https://www.behance.net/fotobodasv>

<https://www.linkedin.com/company/fotoboda>

<https://www.tiktok.com/@fotoboda>

Foto Boda Sv fue creada en Julio del 2017, cuenta con seis plataformas digitales y su propio sitio web dividido en dos pestañas, un inicio con información de los servicios y formas de contacto y una segunda direccionada al portafolio de la marca.

En Instagram cuenta con 4,532 seguidores y 697 publicaciones, siendo su red con más alcance, publican carruseles o reels de una a dos veces por día, con un promedio de 20 a 250 likes, además de compartir de 4 a 12 historias diarias de sesiones fotográficas de bodas, pre-bodas y a menudo cajas de preguntas.

En la página de Facebook cuentan con 2,953 likes; y se comparten las mismas historias de Instagram de forma automática en ella, siendo esta la única actividad reciente, en sus publicaciones en esta red social las interacciones van de 3 a 20, en el caso de uno de sus últimos posts solo logro 8 reacciones, un comentario y ser compartido 4 veces.

En LinkedIn tienen 5 seguidores y aún no comparten alguna publicación, en su información han agregado una breve reseña del servicio de fotografía y video que ofrecen, el enlace de sitio web y un número telefónico. Además, tienen cuenta en YouTube con 146 suscriptores

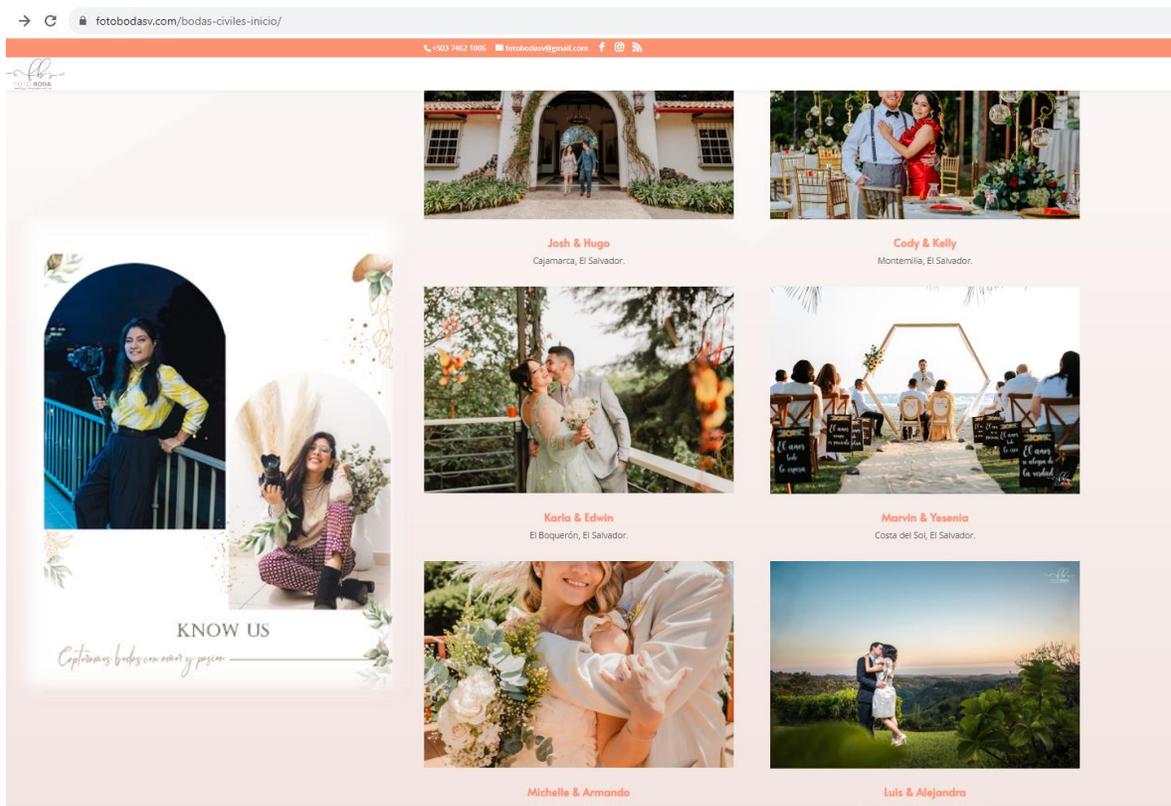


y 115 videos que van de 40 a 498 visualizaciones, su video destacado posee 228 vistas y fue publicado el 19 de agosto del 2022.

Adicional, poseen un perfil en TikTok con 342 seguidores y sus videos suman 1,989 me gusta. Bajo el nombre de Foto Boda El Salvador han compartido dos proyectos en Behance, donde reúnen su galería de fotografías realizadas en distintos eventos sociales como bodas y 15 años.

Behance es una red de sitios y servicios especializada en la autopromoción y sitios de portafolio en línea. Es propiedad de la empresa Adobe.

Foto Boda Sv, hace uso de copys para sus publicaciones en Facebook e Instagram, los colores de sus publicaciones rondan en los tonos pasteles similar a su logo, publicado como foto de perfil en todas sus redes sociales a excepción de Instagram que aparecen sus fundadoras, Eli y Reggie.



2. Rosmery Hernández



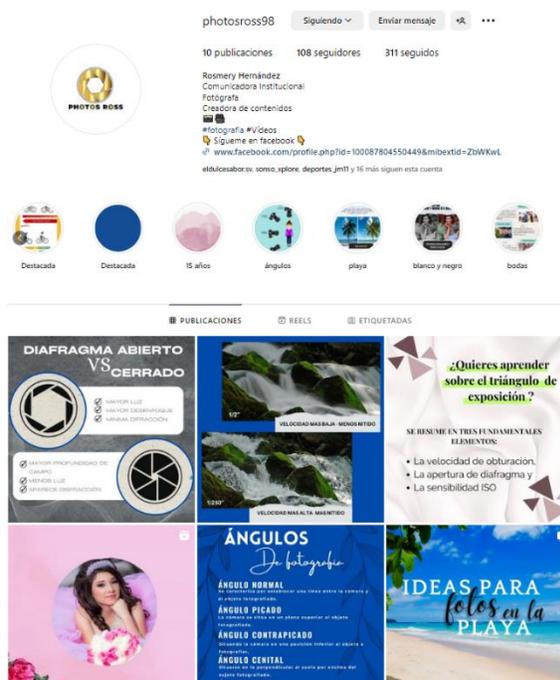
<https://www.instagram.com/photosross98/>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100087804550449>

<https://www.linkedin.com/in/rosmery-hern%C3%A1ndez/>

Rosmery Hernández es una marca personal reciente, creada en Instagram en junio de este año, cuenta con 108 seguidores y 10 publicaciones teniendo de 8 a 22 me gusta, en Facebook su página posee 52 seguidores y 36 me gusta, en la información de contacto se encuentra su correo electrónico y un número telefónico, además, en ambas redes sociales su categoría es “fotógrafa”.

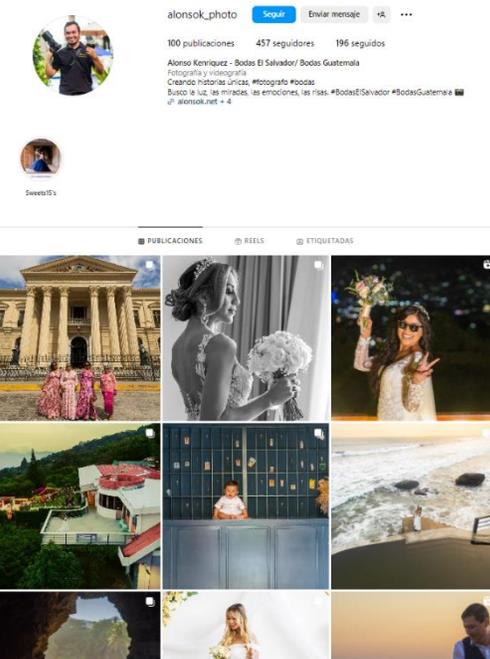
En el caso de LinkedIn en sus categorías de profesión agrega los términos: comunicadora institucional, producción audiovisual y social media, en esta red registra 30 contactos y 35 seguidores.



Rosmery Hernández también se presenta con el nombre de Photos Ross, no cuenta con una línea gráfica definida, sus publicaciones funcionan como contenido de valor y hace uso de la redacción optimizada para crear sus copys en cada publicación.

3. Alonso Kenriquez

Weddings Moments



<https://www.linkedin.com/in/alonso-kenriquez-b007a4162>

<https://alonsok.net/fotografo-el-salvador>

<https://www.youtube.com/@fotografodebodasv>

<https://www.pinterest.es/alonsokenriquez/>

<https://mywed.com/es/photographer/alonsok/>

<https://www.tiktok.com/@alonsokenriquez>

<https://www.facebook.com/Alonsokphotograph>

https://www.instagram.com/alonsok_photo/

Alonso Kenriquez está presente desde 2012 cubriendo eventos dentro de El Salvador y Guatemala, en todo sus perfiles de sus redes sociales posee su fotografía personal, dejando claro su marca persona, además, de manejar un

sitio web personalizado para presentar su portafolio fotográfico esta registrado en Mywed, plataforma desarrollada para planificador bodas, hacer la lista de invitados, manejar las tareas importantes, manejar los gastos y gestionar los contratistas; con un directorio de más de 45,000 de los mejores fotógrafos de boda profesionales.

En LinkedIn tienen 152 seguidores y 139 contactos, sus publicaciones varían entre fotografías de producto, paisajes, cobertura de eventos institucionales o corporativos,

recomendaciones de cursos de diseño gráfico y animación, infografías de otros usuarios del rubro de comunicaciones y redes sociales, imágenes motivacionales, en su mayoría de copys en las publicaciones son redacciones de textos extensos, como se caracteriza esta red social; las interacciones en dichas publicaciones van de 1 a 10.

Posee cuenta en YouTube con 7 suscriptores y 5 videos, del cual se destaca un o por sus 11, 824 vistas, presenta tomas de una pre-boda en el parque Cuscatlán fue publicado en enero del 2023 y grabado con dron.

En su página de Facebook se registran 1,1 mil de seguidores, ha publica una vez por mes en los últimos 6 meses, usa copys de 2 a 4 párrafos, agregando al final el enlace de su página web, usa alrededor de 3 a 5 hashtags. Posee una sección de servicios donde detalla que cobra a partir de \$150 por evento de 15 años y desde \$350 en fotografías de bodas.

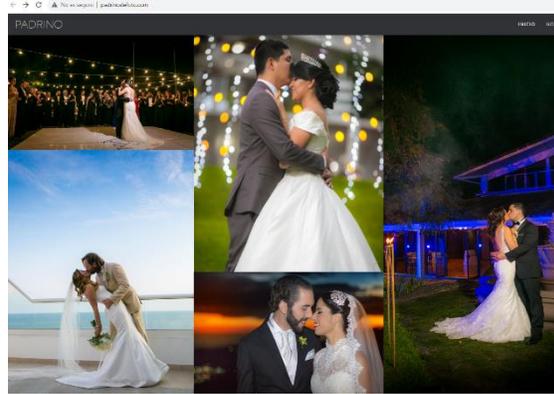


En Instagram tiene 100 publicaciones y 457 seguidores, creada en abril del 2019. Los likes en publicaciones van desde 8 a 64, tiene una sección de historias destacadas de quinceañeras. Tiene una constancia de publicación similar a Facebook, y usa más de 12 hashtags en algunas fotografías.

En su perfil de TikTok comparte videos de sus sesiones de bodas, ideas para coberturas de bodas y videos familiares. Además, cuenta con usuario de Pinterest donde comparte la mayor parte de su trabajo a comparación de las otras redes sociales mencionadas.

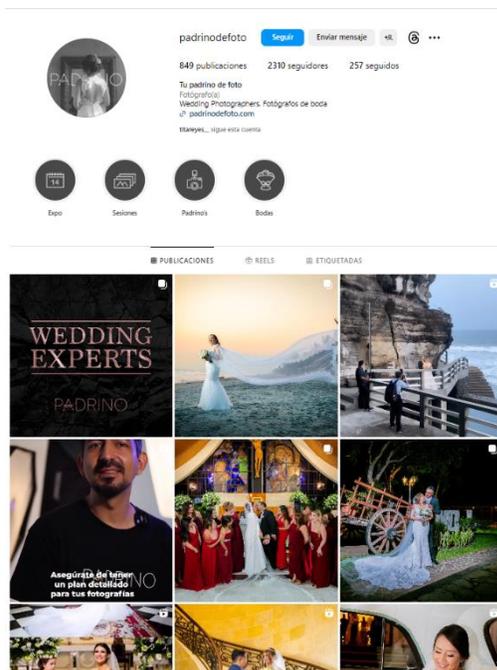
4. Padrino de Foto

<http://padrinodefoto.com/>
<https://www.instagram.com/padrinodefoto/>
<https://www.facebook.com/padrinodefoto>
<https://vimeo.com/padrinodefoto>
<https://www.tiktok.com/@padrinodefoto>
<https://www.linkedin.com/company/padrinodefoto>



Padrino de Foto es un colectivo de fotógrafos y videógrafos.

En su página de Facebook cuenta con 15,658 me gusta, han agregado la pestaña de servicios, algunos paquetes cuentan con precio de \$70 y \$130 por coberturas de 1 hora variando la cantidad de fotografías a entregar. Utilizan copys extensos de 4 párrafos de 3 a 4 líneas, describen las locaciones y las emociones que envuelven la ceremonia del matrimonio.



Las publicaciones no son tan constantes, se refleja un patrón de publicar cada 7 o 12 días, su última publicación fue el 28 de agosto del 2023. Las interacciones van de 0 a 30 en los últimos 6 meses. De 93 a 5,000 reproducciones registran sus videos en su TikTok.

En su sitio web ofrecen los precios y especificaciones de cada paquete a elegir. 2,311 son los seguidores en Instagram, con 849 publicaciones, de 6 a 100 likes en sus publicaciones, y en sus reels van de 422 a 6,000 reproducciones manteniendo el parámetro de likes, hasta un máximo de 105.

En LinkedIn cuenta con 2 seguidores, poseen dos publicaciones, una de resumen de boda mezclado con escenas de los fotógrafos en acción, y otra solicitando videógrafo para temporada de fin de año, ambas publicadas hace 3 semanas.

Hace uso de Vimeo con 27 videos en su mayoría tráiler de bodas, esta red sustituye a YouTube. Además, se encuentran en Mywed, plataforma creada para organizar y gestionar lo necesario para una boda.

Resumen de Competencia

Competencia	Tik Tok	Instagram	Facebook	LinkedIn	Web	YouTube	Otra Red que posee
Foto Boda Sv	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Behance
Rosmery Hernández	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Alonso Kenriquez	✓	✓	✓	✓	✓	✓	mywed.com / Pinterest
Padrino de Foto	✓	✓	✓	✓	✓	✗	mywed.com / Vimeo

Análisis global de competencias

Las competencias de Boda Foto Sv, Padrino de Boda y Alonso Kenriquez reflejan una trayectoria sólida, con presencia en las distintas redes sociales masivas, queda claro que son colegas establecidos en el mercado de la fotografía para eventos, destacando las bodas y 15 años. El contenido entre Facebook e Instagram no varía a gran escala siendo las mismas fotos que son compartidas al público. Foto Boda Sv es la que cuenta con más seguidores en Instagram. El contenido de valor en estas 3 marcas es reducido se dedican a publicar solo fotografía o videos editados, piezas finales.

Un dato interesante y para efectos de análisis para la estrategia Instagram presenta los mayores números de interacciones para cada marca de la competencia, confirmando que esa red social tiene un buen nicho en la actualidad para crear una comunidad en el rubro de la fotografía y la cobertura de eventos.

La marca Rosmery Hernandez se incluyó de forma estratégica por el uso del contenido de valor y la optimización directa en los copys de sus publicaciones, además, por ser una marca reciente de creación, funciona como punto de comparación más ajustado a la marca Edwin Brizuela, para medir a corto plazo el crecimiento de seguidores e interacciones en las publicaciones.

En cuanto al uso de LinkedIn por parte de la competencia se nota el poco interés o desconocimiento de cómo crear y mantener una cartera de clientes, dejando una clara ventaja para alcanzar clientes potenciales que busquen fotógrafos profesionales, destacando la necesidad de jefes del área de comunicaciones de instituciones públicas o privadas.

BUYER PERSONA

El buyer persona es el tipo de cliente ideal del servicio que se ofrece, y definir este concepto ayuda a escoger de forma correcta el público objetivo.

INSTAGRAM



ADA RAMOS
MAESTRA

Edad: 35- 40 años
Sexo: Mujer
Estudios: Licencia en Ciencias de la Educación especialidad en Educación Inicial Y Parvularía en la Universidad Pedagógica.

Sinopsis:
Ada desea celebrar los 15 años de su hija en noviembre de este año.

Quiere que las fotos sean muy creativas y divertidas que reflejen la alegría que le genera ver a su hija.

De momento ha buscado en Instagram a fotógrafos que cobren barato y tengan experiencia.

Presupuesto a pagar: \$200.

Objetivos:
-Tomarse muchas fotos con su hija.

-Tener un álbum impreso y fotos bonitas en su celular.

-Publicar las fotos en Instagram para que la vean sus familiares fuera del país.

Impresiones Negativas:
-El fotógrafo se ve que es aburrido.

-Muy caro los servicios que ofrecen.

-No tienen un portafolio divertido.

Servicios:
-Contratar un fotógrafo con experiencia en la cobertura de 15 años.

-Reunirse antes para evaluar y conocer que esperan de las fotografías.

-Un paquete de 50 fotos con retoques digitales y un álbum impreso.



FLOR VIDES
ESTUDIANTE

Edad: 14 años
Sexo: Mujer
Estudios: Cursa 9º grado en el Centro Escolar Camilo Campos de Sntg. Texacuangos, S.S., durante la jornada matutina.

Sinopsis:
Flor esta a 6 meses de cumplir sus 15 años.

A iniciado a buscar en Instagram fotógrafos profesionales para cubrir sus 15 años, quiere mandarles las fotos a su papá que esta en Estados Unidos. Además, de decorar su cuarto con esas fotografías.

Tiene un presupuesto de \$300.

Objetivos:
-Tener fotos de calidad de sus 15 años.

-Tener las fotos de forma impresas para decorar su cuarto.

-Salir sonriendo en las fotografías y tomarse muchas con sus amigas.

Impresiones Negativas:
-Mi amigo me cobra más barato.

-Cualquiera con una cámara puede tomar fotos.

Servicios:
-Contratar un fotógrafo con experiencia en la cobertura de bodas.

-Portafolio de 15 años de clientes pasados.

-Ofrecer paquetes económicos con un número de fotos con retoques digitales, al igual el numero de fotos impresas.



ELISEO CRUZ

JEFE DE
COMUNICACIONES
PARA ONG

Edad: 24 -30 años
Sexo: Hombre
Estudios: Licenciado en
Comunicaciones de la
Universidad
Salvadoreña Alberto
Masferrer (USAM).
Estado Civil: Soltero.

Sinopsis:

Eliseo trabaja para la ONG Siempre Verdes, desde hace un año y medio esta a cargo de dos colaboradores y reciente de un pasante.

La ONG esta a 3 meses de iniciar eventos culturales y de reforestación en distintos distritos del municipio de San Salvador Centro. Necesita contratar fotógrafos.

Presupuesto a pagar: \$600.

Objetivos:

- Contratar profesionales.
- Cubrir cada detalle de los eventos a celebrarse.
- Garantizar una buena calidad de audio e imagen en los videos para ser subidos a las redes sociales de la ONG.

Impresiones Negativas:

- Hay otros fotógrafos más baratos.
- No contar con las herramientas técnicas y humanas para la cobertura de los próximos eventos masivos en la ONG.

Servicios:

- Fotógrafo por horas de cada evento necesario.
- Asesorar al equipo de comunicaciones y alquilar equipo técnico.

Redes sociales que usa:

Utiliza Facebook, Instagram y YouTube para la ONG y de forma personal Facebook, Twitter e Instagram.

LINKEDIN



MARVIN CRUZ

ORGANIZADOR DE
EVENTOS

Edad: 37 - 42 años
Sexo: Hombre
Estudios: Se retiro en el
3° año de Mercadeo en
la Universidad
Tecnológica de El
Salvador (UTEC).
Estudio en la Escuela de
djs de El Salvador
(EDJES).

Sinopsis:

Marvin es dj profesional desde hace 5 años, con sus amigos fundó la Discomóvil Imperium, tiene una cartera de clientes de empresas privadas, quienes lo contratan para aniversarios y fiestas de año nuevo.

Recientemente sus clientes y conocidos le piden que les cubra el área de fotografía y video.

Presupuesto para pagar: \$800.

Objetivos:

- Cumplir con las expectativas de sus clientes en cubrir el área de fotografía.
- Tener ganancia por este nuevo servicio.
- Fidelizar sus clientes y evitar que busquen otro proveedor.

Impresiones Negativas:

- No cuentas con el equipo técnico para eventos de gran magnitud.
- No posees la experiencia necesaria.
- Solo son dos personas que cubrirían los eventos, se necesita más personas.

Servicios:

- Fotógrafos para eventos más pequeños.
- Colaborar con otros colegas fotógrafos.

Redes sociales que usa:

-WhatsApp -Facebook
-LinkedIn -YouTube



MARTA ALFARO

CONTADORA

Edad: 29 - 34 años
Sexo: Mujer
Estudios: Egresada en la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC).
Vive con su madre en Santo Tomas, S.S. Sur.

Sinopsis:

Marta tiene una relación de noviazgo de 4 años con Alejandro Martínez, hace 3 meses le pidieron matrimonio.

A iniciado a buscar en LinkedIn fotógrafos profesionales para cubrir su boda a finales del año, valora los recuerdos y sabe que la fotografía son archivos que se mantiene para la posteridad.

Tiene un presupuesto de \$500.

Objetivos:

- Tener fotos de calidad de su boda, variadas y muy creativas de forma digital e impresas.
- Contar su historia de amor y lo feliz que estará con Alejandro el día de su boda.
- Tener las fotos de forma impresas para decorar su casa.

Impresiones Negativas:

- Hay fotógrafos que ofrecen más por el mismo presupuesto.
- Cualquiera con una cámara puede grabar mi boda.
- No tienen un portafolio extenso, ni recomendaciones.

Servicios:

- Contratar un fotógrafo con experiencia en la cobertura de bodas.
- Portafolio de bodas de clientes pasados.
- Reunión para conocer sus intereses con la fotografía o el estilo que desea para su boda.



JOEL FLORES

JEFE DE COMUNICACIONES

Edad: 50- 55 años
Sexo: Hombre
Estudios: Licenciado en Periodismo, en la Universidad de El Salvador (UES).
Estado Civil: Casado
Tiene dos hijos y una niña.

Sinopsis:

Joel esta a cargo de 5 personas del área de comunicaciones.

Se aproxima la Reunión Regional de la empresa en que labora.

Se le aprobó el presupuesto de \$1,200 para la cobertura fotográfica y de video, pues este evento será el evento principal de la memoria de labores de este año.

Objetivos:

- Contratar profesionales.
- Cubrir cada detalle del evento para ser incluida en la memoria de labores.
- Garantizar una buena calidad de audio e imagen en los videos.

Impresiones Negativas:

- Poco equipo humano.
- Son muy jóvenes no dan confianza.
- Son nuevos en el mercado profesional.

Servicios:

- Colaborar con fotógrafos más experimentados.
- Asesorar al equipo de comunicaciones por cualquier imprevisto.

Redes sociales que usa:

-WhatsApp -Facebook -LinkedIn

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

GENERAL 1

Aumentar la visibilidad de la marca un 50% en un lapso de 2 meses a través de contenido de valor en redes sociales seleccionadas.

ESPECÍFICO 1.1.

Medir el desempeño de las publicaciones y si estas están siendo funcionales para los objetivos que se quiere lograr.

ESPECÍFICO 1.2.

Crear un calendario de planificación y ejecución de contenido para cada red social seleccionada para los próximos 15 días.

GENERAL 2

Generar 4 contratos de servicios de la marca en los próximos 3 meses.

ESPECÍFICO 2.1.

Crear contenido creativo, interactivo y estratégico de posicionamiento, branding y venta para la marca en Instagram y LinkedIn para los próximos 3 meses.

ESPECÍFICO 2.1.

Pagar comisión a amigos que recomienden y cierren contratos de servicios fotográficos para nuevos clientes en los próximos 3 meses.

KPI'S

Los KPI'S son indicadores clave de rendimiento que se utilizan para evaluar el éxito de los proyectos o empresas, estos indicadores permiten además medir en tiempo real el funcionamiento de las estrategias de marketing que se utilizan para dar a conocer la marca personal.

- Alcance de cada publicación en las distintas redes sociales.
- Cantidad de usuarios que visualizan e interactúan en las publicaciones de la marca.
- Aumentar la cantidad de contactos en LinkedIn.
- Cantidad de nuevos seguidores obtenidos en Instagram.
- Número de likes, comentarios y mensajes directos al perfil de Instagr

CANALES DIGITALES

Se decidió trabajar la estrategia en dos redes, **LinkedIn** por ser una red social utilizada por profesionales y empresas que ofrecen o buscan contratar un servicio o comprar un producto, necesidades ideales para crear y fortalecer una marca persona de forma profesional.

En 2023, la cifra global estimada de usuarios de LinkedIn en el mundo ascendía a unos 746 millones y se prevé que siga aumentando durante los próximos años, hasta superar la barrera de los 800 millones en 2026, (Fernández, 2023).

A través de esta red social, podemos descubrir e interactuar con proveedores, competidores, posibles clientes y futuros empleados en el área de la fotografía y video, basado en nuestro buyer persona a medida que crece nuestra marca personal. Además, al publicar post de eventos cubiertos y/o logros, la comunidad puede identificar la esencia de la marca, nutriendo una marca única y diferente a los colegas que ofrecen los mismos servicios.

Instagram es considerada la red social de la imagen, la plataforma se basa en el desarrollo del contenido visual, ideal para contar la historia y los servicios de una marca dedicada a la fotografía y video, será la creatividad la llave para explotar esta red social.

Nuestro cerebro responde mejor a los estímulos visuales, por eso la imagen adquiere cada vez más importancia en marketing digital.

Instagram es una red social adaptable a cualquier Smartphone, dispositivo que se ha convertido en una extensión de nuestra mano, y nuestro buyer persona hace uso de esta red social a menudo para informarse, entretenerse o inspirarse en su rutina diaria. Ideal para subir contenido editado entre fotografía y video de anteriores eventos sociales o institucionales, asimilando un portafolio creativo para posibles clientes.

LÍNEAS DE CONTENIDO

La estrategia digital para “Edwin Brizuela - fotografía y video”, en LinkedIn e Instagram utilizara 4 líneas contenidos.

Una línea de branding para compartir la descripción de los servicios, forma de contactos, historia de la marca, una línea de contenido de valor directo para compartir consejos y datos importantes alrededor de la fotografía.

Además, de una línea que promueva la interacción de los usuarios para conocer sus gustos y valoración del trabajo fotográfico en general, también, una línea de venta que sea directa en presentar los precios de los servicios y algunas ofertas de temporada como descuentos de paquetes.

Líneas de contenido			
Branding	Interacción	Venta	Contenido de valor
Descripción de los servicios	Etiquetar a un amigo	Promociones	Consejos rápidos
Contacto	Challenge de hora dorada	Precios	Fechas especiales
Tiempo de entrega del material grabado	Foto con regla de los tercios	Oferta de temporada	Apps de edición
Historia de marca	Detalles de evento social	Calidad fotográfica para RRSS	Frases de inspiración
Fotos de eventos pasados	Pago de un servicio de evento institucional	Calidad fotográfica de las celebraciones familiares	Educación de composición.

CALENDARIO DE CONTENIDO

PUBLICACIONES EN INSTAGRAM				
Fecha: Del 01 al 15 de octubre del 2023				
Fecha y hora	Formato	Línea de contenido	Copy	Arte
1/10/2023 09:00 a.m.	Post	De valor	<p>Celebremos la magia de la imaginación de los niños, celebremos ser creativos.</p> <p>#diadelniño #october #foto</p>	
2/10/2023 02:00 p.m.	Post	Branding	<p>Las #sonrisas si importan, son el resultado de los momentos felices que capturamos para ti. Celebra en #familia.</p> <p>Ofrecemos servicios de fotografía y video para distintos eventos sociales, culturales o empresariales.</p> <p>Te saluda Edwin Brizuela, fotógrafo con amplia experiencia.</p>	

<p>3/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Historia</p>	<p>Branding</p>	<p>...</p>	
<p>4/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Venta</p>	<p>Todo el mes del niño y la niña recibes #descuentos en cualquier paquete de evento infantil.</p> <p>Cotiza con nosotros y agenda tu #fotógrafo de confianza.</p>	
<p>5/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Encuesta, historia</p>	<p>Interacción</p>	<p>...</p>	

<p>6/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>De valor</p>	<p>La fotógrafa estadounidense tenía razón cuando dijo: “La fotografía es el medio adecuado para recrear el ahora...”</p> <p>Inmortaliza tus buenos momentos en fotos.</p>	
<p>7/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Historia</p>	<p>Branding</p>	<p>...</p>	
<p>8/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>De valor</p>	<p>Una técnica fácil de aplicar en la composición de la fotografía es la regla de los tercios, donde ubicas en uno de los cuatro puntos de convergencia al dividir tu foto en una cuadrícula de 9 subdivisiones.</p>	
<p>9/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Pregunta, historia</p>	<p>Interacción</p>	<p>...</p>	

<p>10/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Carrusel</p>	<p>Branding</p>	<p>Te compartimos fotografías de los intramuros del C.E. La Cuchilla.</p> <p>Los niños fueron los protagonistas, nosotros sus mayores fans.</p> <p>Si eres un maestro o un padre cool te ofrecemos servicios de fotografía para tus eventos escolares e institucionales, tu vives las emociones y nosotros la capturamos.</p> <p>#celebremoslaniñez #vivelafelicidad</p>	
<p>11/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Historia</p>	<p>De valor</p>	<p>...</p>	
<p>12/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Venta</p>	<p>Te gradúas este año, felicidades por tus metas cumplidos.</p> <p>Como regalo por tu hazaña te concedemos #descuentos al contratar nuestros</p>	

			<p>servicios de foto y video para toda tu #promo.</p> <p>Organízate con tus amigos y contáctanos, será un placer atenderte.</p>	
13/10/2023 09:00 a.m.	Historia	Branding	...	
14/10/2023 02:00 p.m.	Post	De valor	<p>Si dividimos en tres partes iguales lo que se fotografiara, el horizonte estaría cerca de una de las dos líneas horizontales que lo divide. No necesariamente debe hacerse en la línea inferior.</p>	
15/10/2023 09:00 a.m.	Tu turno, historia	Interacción	...	

PUBLICACIONES EN LINKEDIN

Fecha: Del 01 al 15 de octubre del 2023

Fecha y hora	Formato	Línea de contenido	Copy	Arte
1/10/2023 09:00 a.m.	Post	De valor	<p>Celebremos la magia de la imaginación de los niños, celebremos ser creativos.</p> <p>#diadelniño #october #foto</p>	
2/10/2023 02:00 p.m.	Post	Branding	<p>Te saluda Edwin Brizuela, fotógrafo con amplia experiencia en la cobertura de eventos institucionales.</p> <p>Ofrecemos servicios de fotografía y video para la celebración del día del niño en tu empresa.</p>	
3/10/2023 09:00 a.m.	Post	Branding	<p>Conocemos lo importante que es para ti vivir la #boda al máximo, cuenta tu historia de amor, nosotros la grabamos.</p> <p>Contrata los servicios de video para tu boda y revive el evento cuando quieras.</p>	

<p>4/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Venta</p>	<p>Aquí tienes algunos consejos si eres de la promo.</p> <p>Disfruta de tu graduación, que nosotros disfrutamos de fotografiar tus emociones de tan anhelado día para ti.</p>	
<p>5/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Interacción</p>	<p>La hora dorada:</p> <p>Es la última hora antes del atardecer y la primera hora después del amanecer, estas horas brindan la luz perfecta para capturar fotografías impresionantes como estas.</p>	 <p>¿Tienes fotos como esta en tu galería?</p> <p><input type="radio"/> Sí. <input type="radio"/> No. <input type="radio"/> No lo sé.</p>
<p>6/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>De valor</p>	<p>La fotógrafa estadounidense tenía razón cuando dijo: “La fotografía es el medio adecuado para recrear el ahora...”</p> <p>Inmortaliza tus buenos momentos en fotos.</p>	
<p>7/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Branding</p>	<p>¿Has acumulado material multimedia de los eventos desarrollados durante el año?</p> <p>Te ofrecemos servicios de edición</p>	

			de video y fotografía para tus Redes Sociales, con un toque de dinámico y profesional.	
8/10/2023 02:00 p.m.	Post	De valor	Una técnica fácil de aplicar en la composición de la fotografía es la regla de los tercios, donde ubicas en uno de los cuatro puntos de convergencia al dividir tu foto en una cuadrícula de 9 subdivisiones.	
9/10/2023 09:00 a.m.	Post	Interacción	El propósito de los ángulos fotográficos es resaltar una situación, a una persona u objeto sobre su entorno, agregar tensión o dramatismo a la escena, ¿usas los ángulos a menudo?	 <p>¿Usas los ángulos fotográficos?</p> <p> <input checked="" type="radio"/> Sí. <input type="radio"/> No. <input type="radio"/> No lo sé. </p>

<p>10/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Branding</p>	<p>Te compartimos fotografías de los intramuros del C.E. La Cuchilla.</p> <p>Los niños fueron los protagonistas, nosotros sus mayores fans.</p> <p>Si eres un maestro o un padre cool te ofrecemos servicios de fotografía para tus eventos escolares e institucionales, tu vives las emociones y nosotros la capturamos.</p> <p>#celebremoslaniñez #vivelafelicidad</p>	
<p>11/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Post</p>	<p>De valor</p>	<p>Ser auténticos para cualquier pieza de arte, como lo es la fotografía fue el consejo del gran fotógrafo mexicano, Manuel Álvarez Bravo al decir: que, “El principal instrumento de un fotógrafo son sus ojos. Por extraño que parezca, muchos fotógrafos eligen usar los ojos de otro fotógrafo, sea del pasado o del presente, en vez de</p>	

			los suyos. Estos fotógrafos están ciegos”.	
12/10/2023 02:00 p.m.	Post	Venta	<p>Te gradúas este año, felicidades por tus metas cumplidos.</p> <p>Como regalo por tu hazaña te concedemos #descuentos al contratar nuestros servicios de foto y video para toda tu #promo.</p> <p>Organízate con tus amigos y contáctanos, será un placer atenderte.</p>	
13/10/2023 09:00 a.m.	Post	Branding	<p>Próximo a celebrar el aniversario de la empresa y quieres dejar registro en redes sociales de las dinámicas y el buen ambiente que se maneja, te ofrecemos servicios de grabación y creación de material multimedia para RRSS.</p>	

<p>14/10/2023 02:00 p.m.</p>	<p>Post</p>	<p>De valor</p>	<p>Si dividimos en tres partes iguales lo que se fotografiara, el horizonte estaría cerca de una de las dos líneas horizontales que lo divide. No necesariamente debe hacerse en la línea inferior.</p>	
<p>15/10/2023 09:00 a.m.</p>	<p>Post</p>	<p>Interacción</p>	<p>Agregar un retoque a tus fotos no está mal, resalta algunos detalles, ajusta el contraste, la exposición y logra piezas únicas y que te representen lo más fiel a ti.</p>	

BIBLIOGRAFÍA

C. (s. f.). KPI's ¿Qué son, para qué sirven y por qué y cómo utilizarlos?

<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>

Molina, D. (2021, September 20). Buyer persona: qué es y cómo crearlo en cinco pasos. IEBS.

<https://www.iebschool.com/blog/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketing/>

Qualtrics (2024) Análisis de la competencia.

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/analisis-de-la-competencia/>

Raeburn, Alicia (2021, Julio 01) Análisis FODA: qué es y cómo usarlo.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>