

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



**TÍTULO:**

ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: LORENA MOLINA

**PRESENTADO POR:**

JESSICA MIRELLA HERNÁNDEZ MÁRTIR CARNET

(HM18002)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN  
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL  
TÍTULO DE LICENCIATURA 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 CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, NOVIEMBRE 2024

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO

VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

SECRETARIO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MAESTRO. EDIS EDGARDO MONGE LUNA

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LOPEZ

DOCENTE DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mi gratitud principalmente a Dios por darme unos padres que han dado todo para verme triunfar. A mi mamá Mirelia Mártir y mi Papá Darío Hernández, por brindarme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria, a mi hermanita Andrea por ser mi aliada y compañía, gracias por todo su apoyo, sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

Gracias a mis tíos Edgar y Vilma por adoptarme en su hogar y darme un techo donde llegar cada día tras una jornada de estudio. Han sido una fuente de apoyo y ejemplo de superación para inspirarme a cumplir mis metas.

A cada uno de los docentes que a través de la carrera me dieron las herramientas y el conocimiento necesario para formarme como profesional, gracias.

Estoy a poco de terminar todo este largo proceso y no me cansaré de agradecer a todas las personas que aunque sea con un consejo me brindaron su apoyo, de corazón, inmensas gracias.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN .....	8
FODA .....	10
COMPETENCIA .....	11
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	16
Objetivos SMART .....	16
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO .....	17
Segmentación de público objetivo .....	17
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES .....	20
PLAN DE CONTENIDOS .....	21
ESTRATEGIA SEO .....	22
MEDICIÓN Y ANÁLISIS .....	23
KPI'S .....	23
PIEZAS GRÁFICAS Y TEXTOS PARA CONTENIDO .....	24
REFERENCIAS .....	34

## RESUMEN

El documento representa todos los conocimientos adquiridos del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales plasmados en una estrategia digital para marca personal. Como objetivo principal se busca posicionar una marca a través de las herramientas y técnicas en el mundo de las redes sociales. De esta manera se crea una estrategia de marketing con un plan que permita tener las bases para formar una marca. Como parte fundamental se sigue una serie de pasos para estratificar la creación e identidad de marca, con diseño de logo, análisis de competencia, segmentación de público, plan de contenidos y objetivos que ayuden al cumplimiento de la estrategia digital, para lograr un posicionamiento en los motores de búsqueda de las redes sociales que se han elegido para dicha estrategia. En este caso se optó por utilizar Facebook y LinkedIn como estrategia para obtener un mayor alcance en las métricas que ofrece cada red social a través de la optimización de las fanpages que permitan poner en práctica lo aprendido en el curso.

***Palabras clave:** Marketing, Marca Personal, Estrategia digital, posicionamiento, redes sociales, alcance.*

## **INTRODUCCIÓN**

La era tecnológica trajo consigo un mundo de nuevas herramientas digitales que se han vuelto un reto de adaptación para la generación de profesionales, quienes buscan hacer uso de estas para expandir sus conocimientos y habilidades en el mundo laboral.

A partir de esto, el presente trabajo plasma la estrategia digital para la marca personal Lorena Molina, una estudiante egresada de la carrera Licenciatura en Periodismo. Con el uso de las redes sociales y las herramientas del marketing se busca posicionar a Lorena Molina como una marca personal.

De esa manera darse a conocer a un público objetivo que requiera la prestación de servicios profesionales que ofrece Lorena Molina, periodista especializada en medios digitales y redes sociales.

## ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Lorena Molina actualmente cuenta con perfil en las redes LinkedIn y Facebook. Su perfil profesional aún no está del todo optimizado, por lo tanto, se debe realizar el lleno de información correspondiente a cada herramienta que la red proporcione para realzar cada perfil. Se hará una programación de contenido que busque la atención del público que se desea como marca.

### PERFIL DE LINKEDIN

Según el análisis detallado de su perfil en LinkedIn se puede observar que Lorena Molina tiene experiencia en el rubro del periodismo y el área de comunicaciones, pero no ha logrado conectar con más personas que se interesen en los servicios profesionales que Lorena ofrece. Esto puede ser debido a las siguientes observaciones:

1. No hay contenido ni actividad en el perfil.
2. No hay seguidores ni contactos.
3. No hay optimización del servicio que ofrece.
4. No hay keywords.

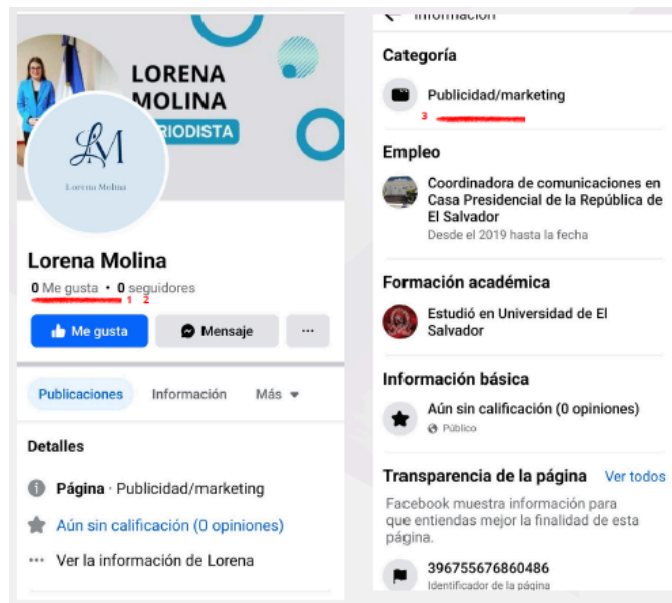
The image shows a screenshot of a LinkedIn profile for Lorena Molina. The profile is titled "Lorena Molina undefined" and is associated with "CASA PRESIDENCIAL" in San Salvador, El Salvador. It shows 0 contacts and 2 pending messages. The profile is currently "En busca de empleo" (Looking for work) and lists "Cargos de Coordinador de comunicaciones" (Communication Coordinator positions). The "Experiencia" (Experience) section lists two roles: "Coordinadora de comunicaciones" at CASA PRESIDENCIAL (June 2019 - present) and "Ejecutivo de RR. PP." at ALCALDIA DE SAN SALVADOR (October 2017 - October 2018). The "Conocimientos y aptitudes" (Skills and Endorsements) section lists "Redacción publicitaria" (Publicity Writing) and "Comunicación" (Communication), both endorsed by CASA PRESIDENCIAL. The "Actividad" (Activity) section shows that Lorena Molina has not published anything yet.

## PERFIL DE FACEBOOK

Facebook es la segunda red social que Lorena Molina utilizará para su promoción. Según el análisis la página aún no está optimizada y falta agregar información importante para la presentación de la marca personal.

Esto puede ser debido a las siguientes observaciones:

1. No hay keywords.
2. No tiene me gusta ni seguidores.
3. No hay optimización del servicio que ofrece.
4. No hay descripción.



Logo de la Marca.



## **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN**

Lorena Molina nace como una marca personal para dar a conocer los servicios profesionales de una periodista con experiencia en el rubro. Desde pequeña su sueño fue ser presentadora de televisión y desde su juventud emprendió un largo camino en la carrera Licenciatura en periodismo en la Universidad de El Salvador.

Con el paso del tiempo fue creciendo profesionalmente y por 4 años trabajó como presentadora de televisión. Posteriormente ha formado parte del área de comunicaciones en una institución gubernamental.

Actualmente busca expandir y ofrecer sus servicios como Periodista con experiencia en tv y con habilidades en redacción SEO. Uno de sus objetivos es adaptarse a las nuevas herramientas del mundo digital, principalmente impulsando su marca personal que lleva por nombre Lorena Molina.

El servicio profesional que se ofrece busca un estimado de ganancia de \$1,000 mensuales, ya que Lorena Molina destaca con una implacable experiencia laboral en el área de comunicaciones tanto para trabajo institucional, conocimiento en televisión y especializada marketing digital.

## **FODA**

### **Fortalezas**

- Habilidades en redacción SEO
- Buena ortografía Excelente presentación.
- Fluidez y facilidad de expresión.
- Experiencia laboral como presentadora de Tv.
- Experiencia laboral en instituciones por más de 5 años.

### **Oportunidades**

- Crecer profesionalmente.
- Ofrecer sus servicios en el mundo digital.
- Posicionar la marca personal y atraer a clientes de alto rango.
- Convertirse experta en marketing digital.

### **Debilidades**

- Lograr excelente manejo en optimización de redes.
- Adaptarse a la redacción para web.
- Tener presencia en contenido de los perfiles de la marca.
- Conectar con el público deseado.

### **Amenazas**

- Las redes sociales han implementado nuevas herramientas para usuarios de fanpages y no se ha logrado la adaptación necesaria.
- El alcance digital en las redes ha cambiado y se debe migrar a nuevas plataformas como Tik Tok para obtener más público deseado.

## COMPETENCIA

NOMBRE COMERCIAL	LINKEDIN	INSTAGRAM	TWITER	FACEBOOK	TIKTOK
Yamileth Martínez	Yamileth Martínez <a href="https://sv.linkedin.com/in/yamiisv">https://sv.linkedin.com/in/yamiisv</a>	No tiene	no tiene	Yamileth Martínez SV <a href="https://www.facebook.com/YamiiiSV/">https://www.facebook.com/YamiiiSV/</a>	No tiene
Sandra Mendoza	Sandra Mendoza <a href="https://www.linkedin.com/in/sandra-mendoza-65944213b?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/sandra-mendoza-65944213b?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	Sandra Mendoza sv <a href="https://www.instagram.com/sandramendozaoficial?igsh=ZHpzZW92MG9hbm44">https://www.instagram.com/sandramendozaoficial?igsh=ZHpzZW92MG9hbm44</a>	no tiene	Sandra Mendoza Phe <a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100004152154613&amp;ref=xav_ig_profile_web">https://www.facebook.com/profile.php?id=100004152154613&amp;ref=xav_ig_profile_web</a>	no tiene
Jakelinne Huezo	Jakelinne Huezo <a href="https://www.linkedin.com/in/jakelinne-beatriz-huezo-de-escamilla-565471125/">https://www.linkedin.com/in/jakelinne-beatriz-huezo-de-escamilla-565471125/</a>	Jacky_huezo <a href="https://www.instagram.com/jacky_huezo?igsh=MmYxZGIwZ3VraGtq">https://www.instagram.com/jacky_huezo?igsh=MmYxZGIwZ3VraGtq</a>	Jakelinne Huezo <a href="https://x.com/JakelinneHuezo?t=wkDu2NvyE3j1527L2GbrFw&amp;source=08">https://x.com/JakelinneHuezo?t=wkDu2NvyE3j1527L2GbrFw&amp;source=08</a>	Jacky Huezo <a href="https://www.facebook.com/jacky.huezo?mibextid=ZbWKwL">https://www.facebook.com/jacky.huezo?mibextid=ZbWKwL</a>	@Jakelinnehuezo <a href="https://www.tiktok.com/@jakelinnehuezo?_t=8pShe2ZOQU&amp;_r=1">https://www.tiktok.com/@jakelinnehuezo?_t=8pShe2ZOQU&amp;_r=1</a>

### Yamileth Martínez

Periodista Institucional / Community Manager / Content Creator

Yamileth Martínez es una marca competencia, se especializa en el mismo rubro del periodismo y el marketing digital. Cuenta con una página optimizada con palabras clave y aunque es reciente ya tiene 76 seguidores y 36 me gusta.

Solo cuenta con página de Facebook y LinkedIn de esa manera podría ser una ventaja para Lorena Molina en crear una cuenta de TikTok y llegar a más público.



- El perfil de LinkedIn ya cuenta con optimización y contenido compartido.
- Maneja el mismo contenido en ambas redes.
- Solo tiene un mes de haber creado las páginas.



## Sandra Mendoza

Periodista / Marketing Digital.

Sandra Mendoza es una marca competencia, tiene experiencia como periodista en televisión y marketing digital. Solo cuenta con perfiles de LinkedIn e Instagram, pero no ha subido contenido en ninguna de ambas fanpages. No ha obtenido muchos seguidores y cuenta con 50 contactos en LinkedIn.

- Su Instagram no está optimizado y no tiene contenido.
- Tiene un enlace de Facebook, pero cabe destacar que no lo usa para su marca personal.

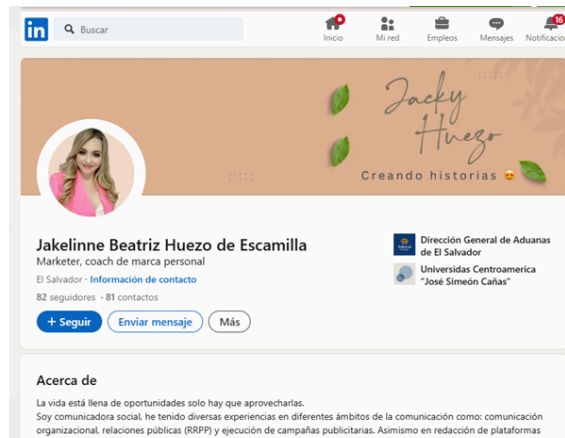
LinkedIn profile page for Sandra Mendoza. The header includes the LinkedIn logo, a search bar, and navigation icons for Inicio, Mi red, Empleo, Mensajes, and Notificaciones. The profile banner features a collage of images related to digital marketing and communication, with the name **SANDRAMENDOZA** and the title **COMUNICACIONES & MARKETING DIGITAL**. Contact information includes a phone number (505) 7945-9535 and an email address sandramendoza27@gmail.com. The profile name is **sandra mendoza** with a verified badge. Her education is listed as **Universidad de El Salvador**. The bio states: **Licenciatura en Periodismo Especialista en Comunicaciones y Marketing Digital**, located in San Salvador, El Salvador, with **50 contactos**. Action buttons include **Conectar**, **Enviar mensaje**, and **Más**. A **Datos destacados** section highlights her education at the **Universidad de El Salvador** from 2018 to 2023.

Instagram profile page for sandramendozaoficial. The header shows the Instagram logo and a **Iniciar sesión** button. The profile picture is a circular image of Sandra Mendoza. The username is **sandramendozaoficial** with **Seguir** and **Enviar mensaje** buttons. Statistics show **0 publicaciones**, **11 seguidores**, and **6 seguidos**. The bio identifies her as **Sandra Mendoza Sv**, **Licenciada en Periodismo**, **Especialista en Comunicaciones/Marketing Digital**, and includes a **Perfil de Facebook + 1 enlace**. Navigation options for **PUBLICACIONES** and **ETIQUETAS** are visible, along with a camera icon for posting.

## Jakelinne Huevo

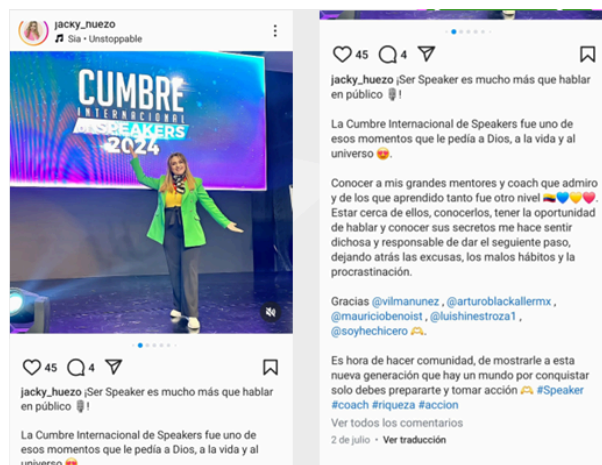
Periodista / Coach de marca personal.

- Jakelinne Huevo es una marca personal ya posicionada en las redes sociales.
- Cuenta con páginas en LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter y Tik Tok.
- Comparte contenido constantemente relacionado a su marca personal.
- Su perfil se promociona como Coach de marca personal.



Jakelinne Huevo es una competencia fuerte, debido a que ya está posicionada como marca en las redes.

- Su contenido tiene interacciones por parte de su público.
- Tiene conocimiento del marketing digital.
- Lorena Molina puede superar como marca a Jakelinne Huevo a través del conocimiento en redacción SEO y contenido interactivo para atraer más audiencia.



## **DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS SMART**

- Incrementar el nivel de interacción por el público en el contenido publicado en Facebook y LinkedIn a un 10% en los próximos 4 meses.
- Alcanzar 500 seguidores en Facebook por medio de publicaciones interactivas en un periodo de 2 meses.
- Obtener 10 nuevos contactos profesionales en el rubro del periodismo en LinkedIn cada 2 semanas en los próximos 3 meses.
- Aumentar la producción de contenido atractivo para LinkedIn y Facebook para lograr más alcance que capte la atención del público deseado cada mes del año.

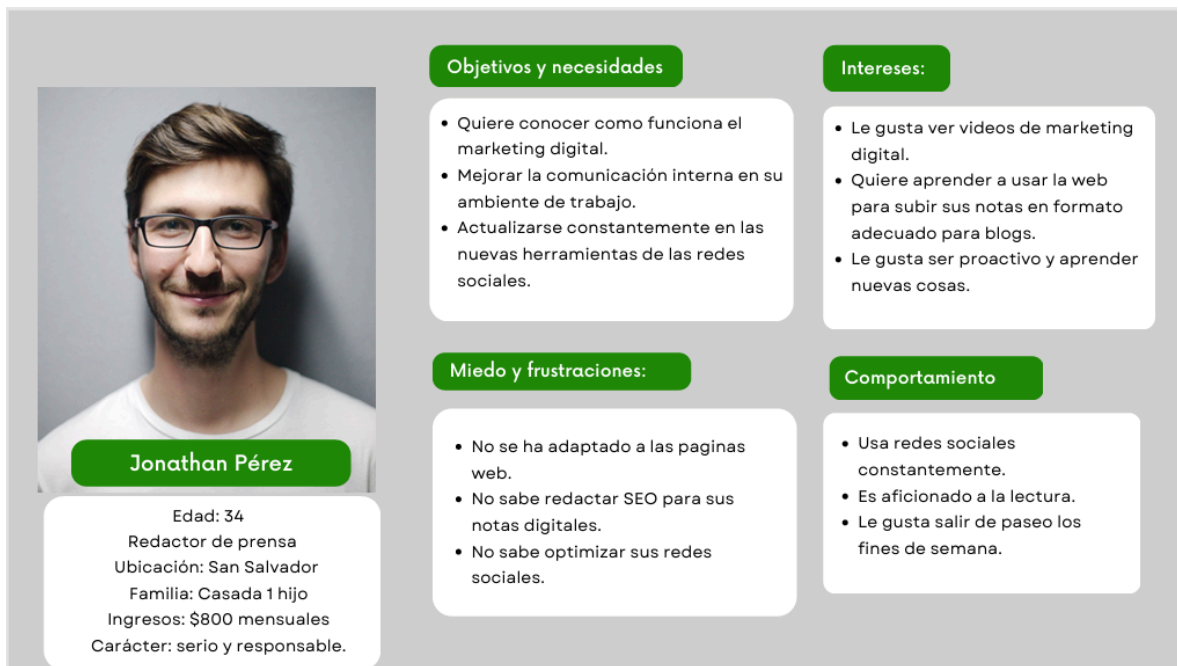
## IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

### Buyer Persona

Lorena Molina ofrece un servicio profesional a sus clientes, de manera que logren un crecimiento notable y sustentable en el ámbito del mundo digital.

### SEGMENTACIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO

- Profesionales que deseen posicionar su imagen en las redes sociales.
- Emprendedores que deseen posicionar su marca a nivel digital.
- Empresas que requieran servicio de marketing digital y conocimiento de redacción SEO.
- Instituciones que requieran servicios periodísticos.



A buyer persona card for Jonathan Pérez, a 34-year-old journalist from San Salvador. The card includes a photo of him, his name, and various details about his background and interests. It is organized into sections: personal information, objectives and needs, interests, fears/frustrations, and behavior.

**Jonathan Pérez**

Edad: 34  
Redactor de prensa  
Ubicación: San Salvador  
Familia: Casada 1 hijo  
Ingresos: \$800 mensuales  
Carácter: serio y responsable.

**Objetivos y necesidades**

- Quiere conocer como funciona el marketing digital.
- Mejorar la comunicación interna en su ambiente de trabajo.
- Actualizarse constantemente en las nuevas herramientas de las redes sociales.

**Intereses:**

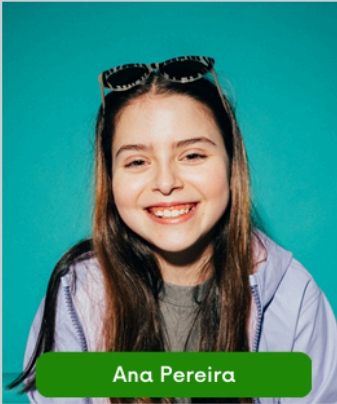
- Le gusta ver videos de marketing digital.
- Quiere aprender a usar la web para subir sus notas en formato adecuado para blogs.
- Le gusta ser proactivo y aprender nuevas cosas.

**Miedo y frustraciones:**

- No se ha adaptado a las paginas web.
- No sabe redactar SEO para sus notas digitales.
- No sabe optimizar sus redes sociales.

**Comportamiento**

- Usa redes sociales constantemente.
- Es aficionado a la lectura.
- Le gusta salir de paseo los fines de semana.



Ana Pereira

Edad: 26  
Influencer  
Ubicación: San Salvador  
Familia: Soltera  
Ingresos: \$1,000 mensuales  
Carácter: Alegre y optimista

#### Objetivos y necesidades

- Quiere conocer como funciona el marketing digital.
- Desea mejorar la creación de contenido para las colaboraciones publicitarias.
- Aumentar el número de seguidores en sus fanpages.

#### Intereses:

- Le gusta grabar y editar videos interactivos.
- Le gusta salir de viaje con sus amigas.
- Le gusta estar al tanto de las nuevas tendencias.

#### Miedo y frustraciones:

- No sabe optimizar sus redes sociales.
- La competencia de influencers en las redes.
- No destacar en los algoritmos de las redes.

#### Comportamiento

- Busca nuevas oportunidades de trabajo con publicidad.
- Publica contenido diariamente en las redes sociales.



Celia Márquez

Edad: 30  
Emprendedora  
Ubicación: San Salvador  
Familia: Casada 2 hijos  
Ingresos: \$1,500 mensuales  
Carácter: creativa y social.

#### Objetivos y necesidades

- Aumentar seguidores en las redes de su emprendimiento.
- Hacer buen contenido de ventas.
- Saber utilizar las herramientas de las redes para tener mayor alcance.
- Desea aprender sobre el marketing digital.

#### Intereses:

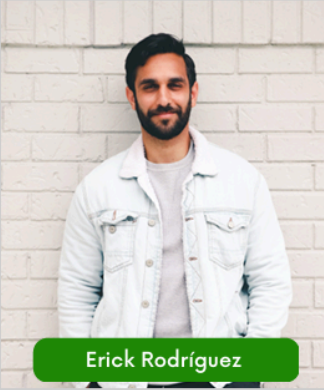
- Le gusta pasar tiempo de calidad con su familia.
- Lee revistas de marketing digital.
- Le encanta ver películas.

#### Miedo y frustraciones:

- No saber manejar las herramientas de las redes sociales.
- No tener tiempo suficiente para su familia.
- No obtener alcance con el publico deseado.
- No generar ventas a través de las redes.

#### Comportamiento

- Es organizada con su emprendimiento.
- Le gusta conectar con sus clientes.
- Usa las redes sociales todo el día.



**Erick Rodríguez**

Edad: 32  
Fotógrafo  
Ubicación: San Salvador  
Familia: Casado  
Ingresos: \$1,200  
Carácter: Entusiasta

#### Objetivos y necesidades

- Optimizar sus redes sociales.
- Aprender a redactar SEO.
- Desea obtener mas seguidores en Instagram.
- Quiere crear un curso online sobre fotografía.
- Desea tener mas alcance en sus publicaciones.

#### Intereses:

- Le gusta salir a lugares para tomar fotografías.
- Le gusta leer.
- Ve videos de como mejorar su marca.

#### Miedo y frustraciones:

- No saber que tipo de contenido subir en sus post.
- No ser frecuente en sus redes sociales.
- No tener tiempo para sus asuntos personales.
- No posicionar su marca en redes.

#### Comportamiento

- Es creativo en sus post.
- Ve videos sobre marketing digital.
- Le gusta estar al tanto de las tendencias digitales.

## SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES

### **LinkedIn**

La red social para profesionales será el canal principal para la marca Lorena Molina.

- Cuenta con herramientas eficaces para conectar con personas, empresas o instituciones que buscan los servicios profesionales que la marca puede ofrecer.
- Se implementará contenido estratégico que capte la atención de futuros clientes o empleadores.
- Es una red únicamente de uso profesional y destaca la seriedad y compromiso de la marca.

### **Facebook**

Facebook será la red social secundaria para la fanpage de Lorena Molina.

- Facebook ha implementado herramientas para la interacción entre comunidades digitales.
- Ofrece mayor flujo y alcance de seguidores por medio de contenidos atractivos.
- Ofrece conectividad entre creadores y seguidores.

### **LinkedIn**

<https://www.linkedin.com/in/lorena-molinaundefined-931a37290/>

### **Facebook**

<https://web.facebook.com/profile.php?id=61565459610112>

## PLAN DE CONTENIDOS

Para lograr un posicionamiento de la marca es fundamental definir los pilares de contenidos con los que se trabajará en las redes sociales.

MARKETING DE CONTENIDOS	VENTAS	INTERACCIONES
Consejos para tener una mejor fluidez ante la cámara	Periodista especializada en Marketing Digital	Encuestas
Tips para quitarse la pena de hablar en TV	Identidad de la marca	Historias de interacción
Consejos de Marketing Digital	Historia y valores de la marca	Facebook Live



## ESTRATEGIA SEO

Para obtener alcance y posicionamiento es necesario hacer uso de un buen SEO basado en palabras claves que permitan segmentar el contenido y optimización.

### Palabras Claves

MARKETING DE CONTENIDOS	VENTAS	INTERACCIONES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing Digital</li><li>• Televisión</li><li>• Comunicaciones</li><li>• Marca Personal</li><li>• Fluidez</li><li>• Cámara</li><li>• Facilidad verbal</li><li>• Estrategia digital</li><li>• Seguidores</li><li>• Audiencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Periodista</li><li>• Presentadora</li><li>• Ventas</li><li>• Redacción SEO</li><li>• Crecimiento</li><li>• Redes Sociales</li><li>• Noticias</li><li>• Marca Personal</li><li>• Estrategia Digital</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunidades</li><li>• Interacción</li><li>• Publico</li><li>• Curiosidades</li><li>• Datos</li><li>• Tips</li><li>• Comunicaciones</li><li>• Alcance</li><li>• Crecimiento</li><li>• Visitas</li></ul>

## MEDICIÓN Y ANÁLISIS

La marca personal Lorena Molina tiene la experiencia y conocimiento necesario para posicionarse en las redes sociales.

### KPI'S

**Interacción:** con la creación de contenido interactivo se busca lograr un alcance significativo a más usuarios que puedan descubrir la marca y convertirse en seguidores.

**Seguidores y contactos:** gracias a la optimización y creación de contenido de valor se busca conectar con el público deseado que no se ha logrado por falta de contenido y constancia en las fanpages de la marca.

**Contenido:** la calendarización de contenido permitirá darle el enfoque y personalidad que la marca necesita. Es necesario dar a conocer al público los servicios, valores y datos de la marca para obtener mejores métricas en las redes sociales.

## PIEZAS GRÁFICAS Y TEXTOS PARA CONTENIDO

### Calendario de Contenido para 15 días

Día 1 Post para Facebook y LinkedIn:

Presentación de Marca Hola, soy Lorena Molina, periodista especializada en Marketing Digital y con experiencia como presentadora de televisión. Sigueme y aprenderás temas importantes para crecer en las redes sociales con el buen uso del marketing.

¿Estás listo?, ¿qué temas quisieras aprender conmigo?  
#marcapersonal #marketing digital #redessociales



### Día 2: Facebook

¿Tienes pena de hablar frente a una cámara?

Hablar frente a una cámara puede ser un acto de valentía si eres alguien tímido y de pocas palabras, aquí te dejo unos consejos que te ayudarán a superar los nervios y hacer un buen trabajo en televisión.

Déjame saber si alguna vez has puesto en práctica alguno de estos tips.

#al aire #presentación #periodismo



## Día 2: LinkedIn

Desde pequeña mi sueño fue presentar programas de televisión, y con perseverancia y esfuerzo lo he logrado. Y como parte de mi crecimiento personal decidí especializarme en el mundo del marketing digital. Este es un espacio para que me conozcan y ayudarte a crecer en las redes sociales.

Soy Lorena Molina y te ayudare a ti en tu proceso de crecimiento profesional a través de las redes sociales  
Comenta, ¿qué temas quisieras aprender?



## Día 3: Facebook

¿Se te dificulta expresarte frente a un público? Eso no debera ser un problema con estos 5 tips para mejorar tu fluidez verbal.

Pon en práctica mis consejos y serás un experto hablando en público.

Y dime, ¿qué te parecieron estos tips?

#tips #televisión #speak



## Día 3: Post de Facebook

¿No sabes como empezar ese proyecto que tienes en mente?, ¿Lo piensas pero no lo haces?

El primer paso es creer en ti mismo, emplea esa frase y haz que tu mente se asegure de que si puedes.

Sígueme y aprende como crecer profesionalmente.  
Comenta, ¿qué temas quisieras que habláramos?

#crecimiento personal #éxito #marcapersonal



#### Día 4: Facebook

Si deseas crecer en las redes debes aprender a conectar con tu público, no necesitas hacer mucho solo sigue estos consejos principales.

Hay muchas formas de lograr ese crecimiento potencial que deseas en tus canales. ¡Sígueme y te enseño como posicionar tu marca!

#marcapersonal #crecimientopotencial #redessociales

**¿Cómo conectar con tu audiencia?**

- Sé auténtico**  
Las personas aprecian y responden bien a la autenticidad.
- Escucha**  
Presta atención al comportamiento de tu audiencia.
- Crea**  
Comparte contenido valioso y entretenido para tu público.
- Interactúa**  
Invita a tus seguidores a interactuar con tu contenido.

#### Día 4: LinkedIn

Soy tu aliada para conocer más sobre el marketing digital y el periodismo.

Haz crecer potencialmente tu marca, conoce como utilizar las herramientas de las redes y posícionate en la web.

¿Estás listo para empezar? Comenta si quieres obtener más información.

#marketing #redes #alcance

Lorena Molina

### Aprende conmigo

@Lorenamolinaln

- Tips para ser expert@ en presentación de TV
- Te enseño a crecer en redes sociales.

#### Día 5: Facebook

¿Quieres conocer más sobre el periodismo y al al mismo tiempo crecer en las redes sociales?

El éxito en las redes va más allá de publicar todos los días, requiere conocimiento de cómo conectar con tu audiencia y que conozcan más de ti.

¡Sígueme y aprende conmigo!

#crecimiento #marketingdigital #estrategiadigital

Lorena Molina

### Aprende conmigo

@Lorenamolinaln

- Tips para ser expert@ en presentación de TV
- Te enseño a crecer en redes sociales.

## Día 5 Facebook

Historia en Facebook con el fin de interactuar y conocer más sobre el público.



## Día 6: Facebook

Si lo que quieres es crecer en redes sociales, tener más seguidores, interacción y alcance en tus publicaciones, soy la indicada para enseñarte como usar el marketing digital y potenciar tu marca.

Da el primer paso, sígueme y te enseñó a crecer.

Dejame en los comentarios tus dudas sobre marketing digital.

#marca #éxito #redessociales



## Día 6: Facebook

Si lo que quieres es crecer en redes sociales, tener más seguidores, interacción y alcance en tus publicaciones, soy la indicada para enseñarte como usar el marketing digital y potenciar tu marca.

Da el primer paso, sígueme y te enseñó a crecer.

Dejame en los comentarios tus dudas sobre marketing digital.

#marca #éxito #redessociales



### Día 6 Facebook

Conoce más sobre mi personalidad y cómo logré formarme profesionalmente bajo estas cualidades que me definen como persona.

De pequeña soñé con mi futuro y ahora lo estoy haciendo realidad.

Sigueme para consejos de crecimiento en redes.

#marcapersonal #cualidades #éxito

### Día 7 Facebook

¿Sabías que tus textos en post también definen el alcance de tu contenido?

Sigue estos 3 sencillos pasos y mejora la redacción en tus publicaciones. Haz que tu contenido sea atractivo a través de lo que escribes.

Dale like y comparte este post.

#marketingdigital #contenidodevalor #redessociales

### Día 7: LinkedIn

Esfuerzo y tiempo son las cosas más valiosas que te llevan al éxito. A mi me tomó más de 5 años obtener la experiencia y el conocimiento que se requiere para crear mi marca personal.

Ahora quiero ayudarte a ti, a que crezcas como marca y cumplas tus sueños.

Dale like a este post y comparte.

#marca personal #Marketingdigital #alcance



## Día 8: Facebook

Tienes un negocio o emprendimiento y quieres posicionarte en las redes sociales.

Te comparto 4 tips del Marketing Digital para que lo emplees en tus redes y logres ese alcance que deseas.

Sigueme y conoce los beneficios del uso marketing.

#Redessociales #marketingdigital #SEO



## Día 8: Facebook

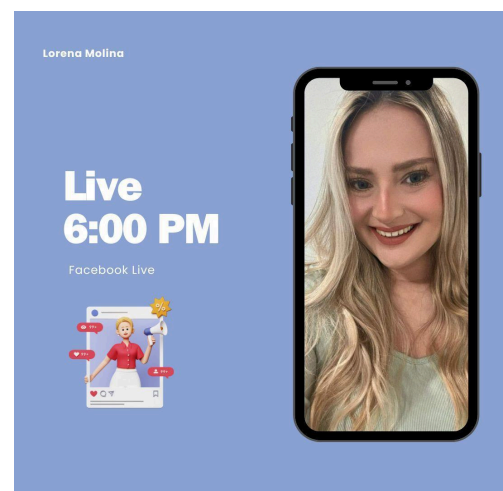
Historia para generar interacción con el público y conocer preferencias para implementar.



## Día 9: Facebook

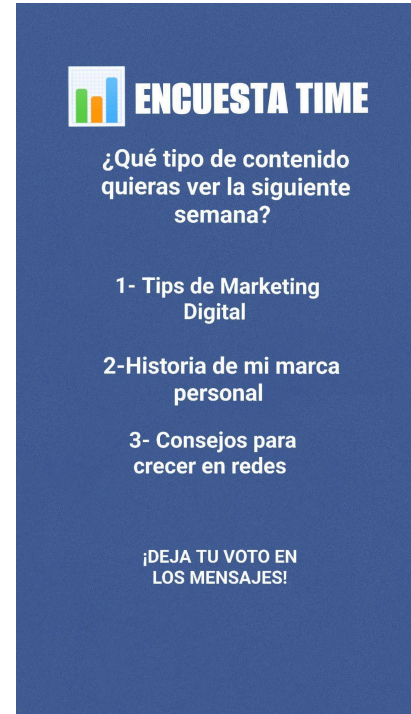
Si quieres posicionar tu emprendimiento o negocio tengo información útil para ti.

Conéctate conmigo y hablemos sobre Marketing Digital



## Día 10: Facebook

Historia para la interacción.



## Día 10: LinkedIn

¿Ya creaste tus fanpages pero aun no tienes seguidores?

Haz crecer tu marca conmigo, aprende a despegar y lograr tus metas con las redes sociales.

Te ayudare a como conseguir seguidores y potenciales clientes.

¿Estás listo? Escribeme y obtén una guía para para empezar a hacer contenido.

#crecimientoenredes #seguidores #marcapersonal



## Día 11: Facebook

Despega hacia el éxito en tu negocio y descubre cómo vender a través del marketing digital.

Este es el lugar indicado, te ayudo a optimizar tu marca y lograr el posicionamiento de tu marca.

Aprende a crear contenido que te genere ventas y alcance.

¡Qué esperas, empecemos ahora mismo!

#Marketingdigital #ventas #seguidores



## Día 12: Facebook

¿Sientes que el tiempo no te alcanza o que no puedes avanzar en tus proyectos?

El cansancio mental es normal, pero no dejes que eso te detenga. Con estos consejos te ayudaré a activar tu mente y ser más productivo en tus días.

¡Dale like, comparte y activa tu mente!

#éxito #marcapersonal #redessociales



### Día 13 Facebook

Quieres que tu marca sea exitosa, comienza por implementar una estrategia digital y obtén más seguidores.

Haz que tu contenido llame la atención y genere más tráfico en las redes sociales.

Escríbeme y con mi ayuda podrás posicionar tu marca.

#marketingdigital #redessociales #estrategiadigital



### Día 13: Facebook

Historia para llegar a más público



### Día 14: Facebook

Vuelvo a insistir que el marketing digital es tu mejor aliado para crecer potencialmente en las redes.

Te dejo 4 consejos que puedes implementar para conocer más sobre el tema. ¡Sígueme y crezcamos juntos!

#marketingdigital #redessociales #seguidores



### Día 15: Facebook

¿Ya creaste tus fanpages pero aun no tienes seguidores?

Haz crecer tu marca conmigo, aprende a despegar y lograr tus metas con las redes sociales.

Te ayudare a como conseguir seguidores y potenciales clientes.

¿Estás listo? Escribeme y obtén una guía para para empezar a hacer contenido.

#crecimientoenredes #seguidores #marcapersonal



### Día 15 Facebook

Historia de Interacción



## REFERENCIAS

- Team, R. (2022, septiembre 21). ¿Qué es el marketing digital? Barraza Carlos. <https://barrazacarlos.com/es/que-es-el-marketing-digital/>
- Scoglio, F. (2023, noviembre 1). Cómo lograr el posicionamiento de marca: estrategias y ejemplos. <https://www.fabrizioscoglio.com/posicionamiento-de-marca/>
- Maram, L. (2019, agosto 19). Contenido de Valor:. Definición y ejemplos. <https://www.luismaram.com/contenido-de-valor/>
- Asana. (2024, enero 9). Cómo identificar y atraer a tu público objetivo. Asana. <https://asana.com/es/resources/target-audience>