

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



**TITULO:**  
***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: KATHERINE MONZÓN***

**PRESENTADO POR:**  
LORENA SUGEY OLIVARES ELÍAS                      OE18001

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN  
“MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES” PARA OPTAR POR EL  
TÍTULO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO**

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

**COORDINADOR DEL CURSO:**  
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,  
NOVIEMBRE DE 2024**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA  
**RECTOR**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA  
**VICERRECTOR ACADÉMICO**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA  
**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA  
**FISCAL GENERAL**

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR  
**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

**MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA  
DECANO**

**MAESTRA MARIA CRUZ JURADO  
VICEDECANA**

**MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA  
SECRETARIA**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE  
JEFE DE DEPARTAMENTO**

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

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

## AGRADECIMIENTOS

Seis años suman la espera por finalizar este logro, una carrera universitaria llena de muchas experiencias, aprendizajes y vivencias que marcan mi vida. Soy fiel creyente que Dios es bueno en todo momento, le agradezco infinitamente por brindarme salud, paciencia, sabiduría e inteligencia desde el inicio.

### **Dedicatoria:**

A mis padres por brindarme el tesoro de la educación desde siempre, por enseñarme principios y valores que me han convertido en una profesional; sus sacrificios, palabras, ánimos y anhelos de finalizar esta etapa han dado sus frutos. Este logro definitivamente es de ustedes, los amo con mi vida.

A mis hermanos por su apoyo incondicional, Denis, Izela, Iris, cuñis, que desde que hice los trámites de inicio hasta el último día de mi especialización he contado con ustedes, un mérito especial para todos; sin dejar a un lado a mis 3 hermosas sobrinas para las que deseo de corazón que cumplan sus sueños y nunca se den por vencidas.

A mi abuela Bertha que desde el cielo me acompañó cada día, y estoy segura de que estaría muy orgullosa de ver a su nieta menor cumplir sus metas; la amo eternamente.

A mis amistades que sin duda perdurarán con los años, un abrazo a mis colegas con los que compartimos aulas, trabajos, desveladas, indiferencias, risas, éxitos, y sobre todo la felicidad y satisfacción por llegar a la meta; en especial a Karen Miranda que ha sido mi confidente y más grande apoyo emocional durante estos años. Que emoción culminar este proyecto con el regalo adelantado de también convertirme en tía de una preciosa bebé, gracias por tanto. Todo ha valido la pena.

Mi corazón está feliz y agradecido con todos, no fue fácil pero tampoco imposible, aun cuando parecía interminable, desesperante y lejano el destino...Sí se pudo. Gracias de corazón por ser parte fundamental en este viaje académico. Vamos por más.

# INDICE

## Contenido

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN .....	9
COMPETENCIA.....	12
ANÁLISIS DE CADA COMPETENCIA: .....	13
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	20
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO .....	21
BUYER PERSONAS.....	22
SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES .....	25
PLAN DE CONTENIDOS.....	26
ESTRATEGIA SEO .....	27
MEDICIÓN Y ANÁLISIS .....	28
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	30
REFERENCIAS .....	35
ANEXOS .....	36

## RESUMEN

El siguiente trabajo es la puesta en práctica de la teoría recibida durante el curso de especialización. Partiendo de la inmensa necesidad de todo profesional de sumergirse en las novedades y últimas actualizaciones dentro de los medios digitales y redes sociales. Una de las principales vertientes del marketing digital es la creación de una marca personal, con el objetivo de posicionarla en las diferentes redes sociales. Por lo que se creó desde 0 un plan estratégico que favorece el crecimiento de las comunidades digitales, se presenta paso a paso el desarrollo del proyecto de marca personal para que sirva de guía y herramienta a las microempresas que desean contratar en un futuro cercano los servicios profesionales de un community manager. Además, la creación de un calendario de publicaciones permite mantener un adecuado acercamiento con las comunidades digitales, por tanto, un buen uso de las redes sociales y a largo plazo, un buen posicionamiento de la marca.

***Palabras clave:*** marketing digital, posicionamiento, SEO, marca personal, redes sociales, estrategia digital, contenido de valor, optimización.

## **INTRODUCCIÓN**

¿Sobre qué trata esta estrategia digital?

Las redes sociales con el pasar del tiempo se han vuelto uno de los principales medios para posicionar marcas de diferentes rubros, la innovación que estas presentan a diario dirige a la creación de contenido de valor que cubra las necesidades de los usuarios día a día.

La estrategia digital para la marca personal Katherine Monzón se desarrolla con la finalidad de posicionar sus servicios profesionales en las redes sociales Instagram y LinkedIn. Como periodista y Community Manager es de vital relevancia destacar entre la alta demanda de colegas en redes sociales ofreciendo sus servicios.

Para ello, previo a un detallado estudio; se han trazado objetivos alcanzables, se ha delimitado el público a impactar y se realizó un análisis de los canales digitales actuales para posibles mejoras, todo esto permitirá llegar a un público meta y convertirlos a clientes potenciales, es ahí donde se refleja el éxito de la creación de esta detallada estrategia digital.

## ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

### Presencia Digital Actual:

Las redes sociales para uso profesional fueron creadas en el mes de agosto de 2024, Instagram y LinkedIn, por lo tanto, la constancia de publicaciones y actividad no es frecuente aún, asimismo los seguidores y las conexiones.

Sin embargo, con la creación de la estrategia digital se pretende activar ambos perfiles con contenido de valor para atraer al público objetivo y a posibles clientes de la marca Katherine Monzón, Community Manager.

Actualmente, Instagram posee una publicación con 2 “me gusta” y menos de 20 seguidores. En cuanto a la cuenta de LinkedIn posee un post de actividad y aun sin lograr interacciones; LinkedIn igualmente fue creado en agosto de 2024.

La optimización de los perfiles es clave para iniciar esta marca personal.

Enlace Instagram:

[https://www.instagram.com/katherine\\_monzn?igsh=MWZ4dHQ5N2xkNnNsdA==](https://www.instagram.com/katherine_monzn?igsh=MWZ4dHQ5N2xkNnNsdA==)

Enlace LinkedIn:

[https://www.linkedin.com/in/katherine-vanessa-mej%C3%ADa-monz%C3%B3n-b899b5258?utm\\_source=share&utm\\_campaign=share\\_via&utm\\_content=profile&utm\\_medium=android\\_app](https://www.linkedin.com/in/katherine-vanessa-mej%C3%ADa-monz%C3%B3n-b899b5258?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app)

Evaluación de canales web como Instagram y LinkedIn.



## Descripción de la marca:

¿Por qué nace la marca Katherine Monzón?

La idea de iniciar la marca Katherine Monzón nace en 2017, inspirada por ver a maestras de ceremonia en el instituto y con el deseo de dedicarse a algo similar, imaginando estar frente a cámaras y despertando así el interés por el mundo en general de las comunicaciones.

En 2019 inicia el camino de manera formal con la Licenciatura en Periodismo.

En el trayecto, otras vertientes han sido de interés, así como la edición de fotografías y videos, el estar detrás de cámaras también es un ámbito lleno de experiencias por descubrir para Katherine Monzón.

## Análisis FODA:

### FORTALEZAS:

Posee preparación universitaria

Proactividad para descubrir temas en tendencia en redes sociales.

Facilidad para planificar guiones.

Posee equipo profesional de fotografía y video.

Manejo de programas de edición de ADOBE, así como Photoshop, InDesign, Audition y Premiere.

### **OPORTUNIDADES:**

Encontrar emprendedores que necesiten contratar sus servicios.

Conectar con personas que quieran potenciar sus marcas personales.

Aprender nuevas técnicas de creación de contenido en algún curso de marketing digital extra.

Comprar equipo profesional que complemente el actual.

### **DEBILIDADES:**

Poseer una laptop con poco almacenamiento.

No contar con la experiencia mínima requerida para optar por un puesto de trabajo.

Dificultad para desenvolverse con los clientes

### **AMENAZAS:**

Alta demanda de community manager en la actualidad.

Marcas de community manager ya posicionadas.

Competencia con mayor experiencia laboral.

## **COMPETENCIA**

### **INSTAGRAM:**

1. Lisbeth Ayala

@lisbethayala699

2. Alexander Montes

@alexandermontesbn

3. Karla Ayala

@karla.ayala12

### **LINKEDIN:**

1. Julissa Abrego

2. Georgina Martínez

3. Elieth Arias

## ANÁLISIS DE CADA COMPETENCIA:

### INSTAGRAM:

@lisbethayala699



Lisbeth Ayala

Fotógrafa

No proporciona ubicación

Su primera publicación fue en agosto 2024

Solo ha publicado 3 post.

Su alcance es bajo

La mayor cantidad de likes son 6

Tiene 11 seguidores y 11 seguidos

No cuenta con línea gráfica definida

No posee un estilo de feed

Sus copy no poseen uso de hashtags

En 2 de sus 3 post muestra su trabajo como fotógrafa

En su perfil se encuentra el link de su cuenta de LinkedIn

Sus historias destacadas son videos y fotografías creadas por ella



### Análisis de publicación:

Post publicado el 28 de agosto de 2024

Una fotografía de su autoría

4 me gusta

Sin comentarios

Sin uso de hashtags

Redacción formal y acorde a la fotografía

No usa emojis, sin CTA

## INSTAGRAM

@alexandermontesbn

Alexander Montes



Creador Digital

Sin ubicación específica

Ha publicado una vez y fue en agosto de 2024

Su alcance fue de 3 me gusta y 2 comentarios.

Tiene 7 seguidores y 9 seguidos

En su feed agrega el enlace de su LinkedIn

En sus copias no usa hashtags

En historias destacadas comparte algunas producciones realizadas



### Análisis de publicación:

Post publicado el 16 de agosto

Una fotografía personal y en blanco y negro

3 me gusta

2 comentarios

Sin uso de hashtags

Sin uso de emojis

Redacción motivacional, uso de música en post

## INSTAGRAM

@karla.ayala12

Karla Ayala



Creadora Digital

Sin ubicación específica

Sin publicaciones

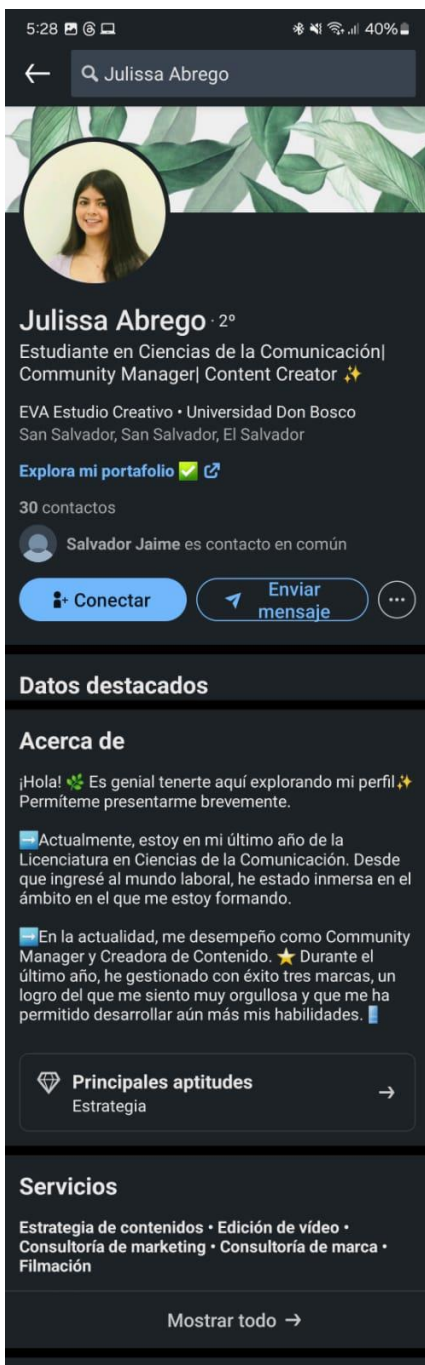
Sus historias destacadas sí poseen estilo, sin embargo, están sin contenido

Tiene 16 seguidores y no sigue a nadie

En su perfil tiene el enlace de su LinkedIn.

# LINKEDIN

## Julissa Abrego



The screenshot shows the LinkedIn profile of Julissa Abrego. At the top, there is a search bar with her name and a back arrow. Below that is a green leaf-patterned banner. Her profile picture is a circular photo of a woman with long dark hair. The name 'Julissa Abrego' is followed by '2°' and her roles: 'Estudiante en Ciencias de la Comunicación', 'Community Manager', and 'Content Creator'. Her education is listed as 'EVA Estudio Creativo' at 'Universidad Don Bosco' in San Salvador. There are buttons for 'Explora mi portafolio', 'Conectar', and 'Enviar mensaje'. A section titled 'Datos destacados' includes an 'Acerca de' section with a greeting and two paragraphs of text. Below that is a 'Principales aptitudes' section with 'Estrategia' listed. At the bottom, there is a 'Servicios' section listing 'Estrategia de contenidos', 'Edición de video', 'Consultoría de marketing', 'Consultoría de marca', and 'Filmación'. A 'Mostrar todo' link is at the very bottom.

- Estudiante de Ciencias de la comunicación, Community Manager
- Posee 30 contactos, 31 seguidores
- Ubicación en San Salvador
- Su cover no brinda información de servicios
- Foto de perfil formal
- Sin publicaciones
- 1 publicación compartida
- Su redacción es amigable
- Enlace directo a su portafolio

## Análisis de post:

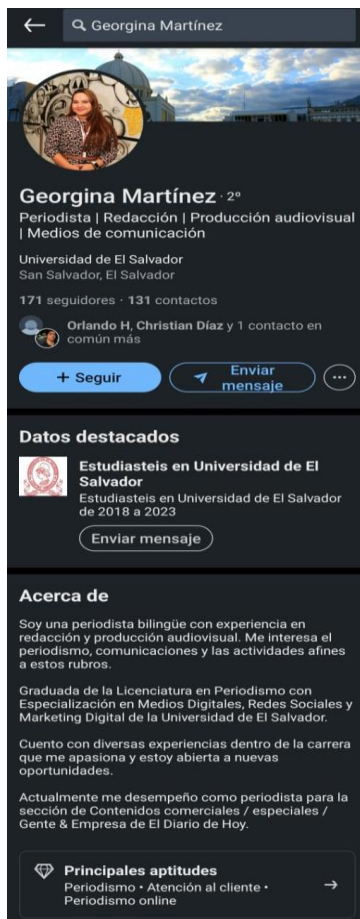


El 21 de agosto de 2024 compartió una publicación

Es la única publicación que ha compartido en su perfil

Es un video sobre una comparación entre millennials vs generación Z

No hace comentario alguno sobre la publicación



## LINKEDIN:

Georgina Martínez

Periodista, Redacción, Producción audiovisual, medios de comunicación

San Salvador, El Salvador

131 contactos

En su descripción destaca ser bilingüe

Bastante activa en la plataforma

Comparte publicaciones sobre ofertas de empleo y relacionadas al marketing digital

No posee cover informativo

Actualmente trabaja en El Diario de Hoy



## Análisis de publicación:

Publicación realizada el 01 de septiembre de 2024

Comparte una pieza periodística realizada en su actual empleo como redactora

La publicación fue compartida 1 vez

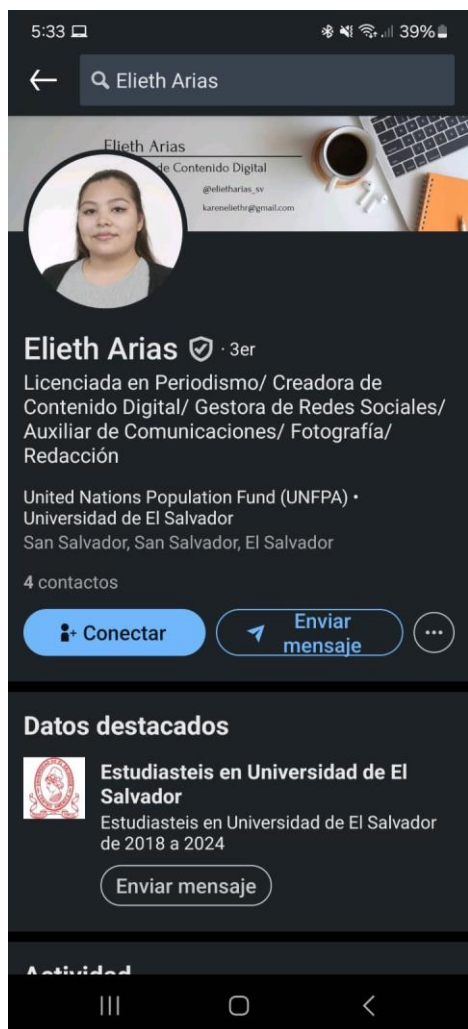
Cuenta con 9 reacciones

Hace uso de hashtags

La redacción es formal

## LINKEDIN:

### Elieth Arias:



Periodista y Creadora de Contenido

4 contactos, 5 seguidores

San Salvador, El Salvador

Sin publicaciones

Cover informativo y foto de perfil formal

Estudió en la Universidad de El Salvador y Universidad Don Bosco

Experiencia en producción multimedia y Especialista Junior en Comunicación Digital

## DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

### Objetivos Smart:

- ✓ Obtener de 40 a 50 conexiones profesionales en LinkedIn en 2 meses
- ✓ Aumentar a 100 seguidores en Instagram en los próximos 2 meses
- ✓ Tener mayor cantidad de interacciones con la publicación de contenido de valor en Instagram y LinkedIn (30 -40 vistas)
- ✓ Responder 100% de los comentarios y mensajes de los usuarios de ambas redes sociales.
- ✓ Aumentar la venta de servicios a través de Instagram y LinkedIn un 10% en 3 meses.

## **IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO**

- **EMPRENEDORES:**

Que necesiten sus servicios para posicionar sus productos en el mercado

- **ESPECIALISTAS EN MARKETING DIGITAL:**

Que busquen personal capacitado en el tema

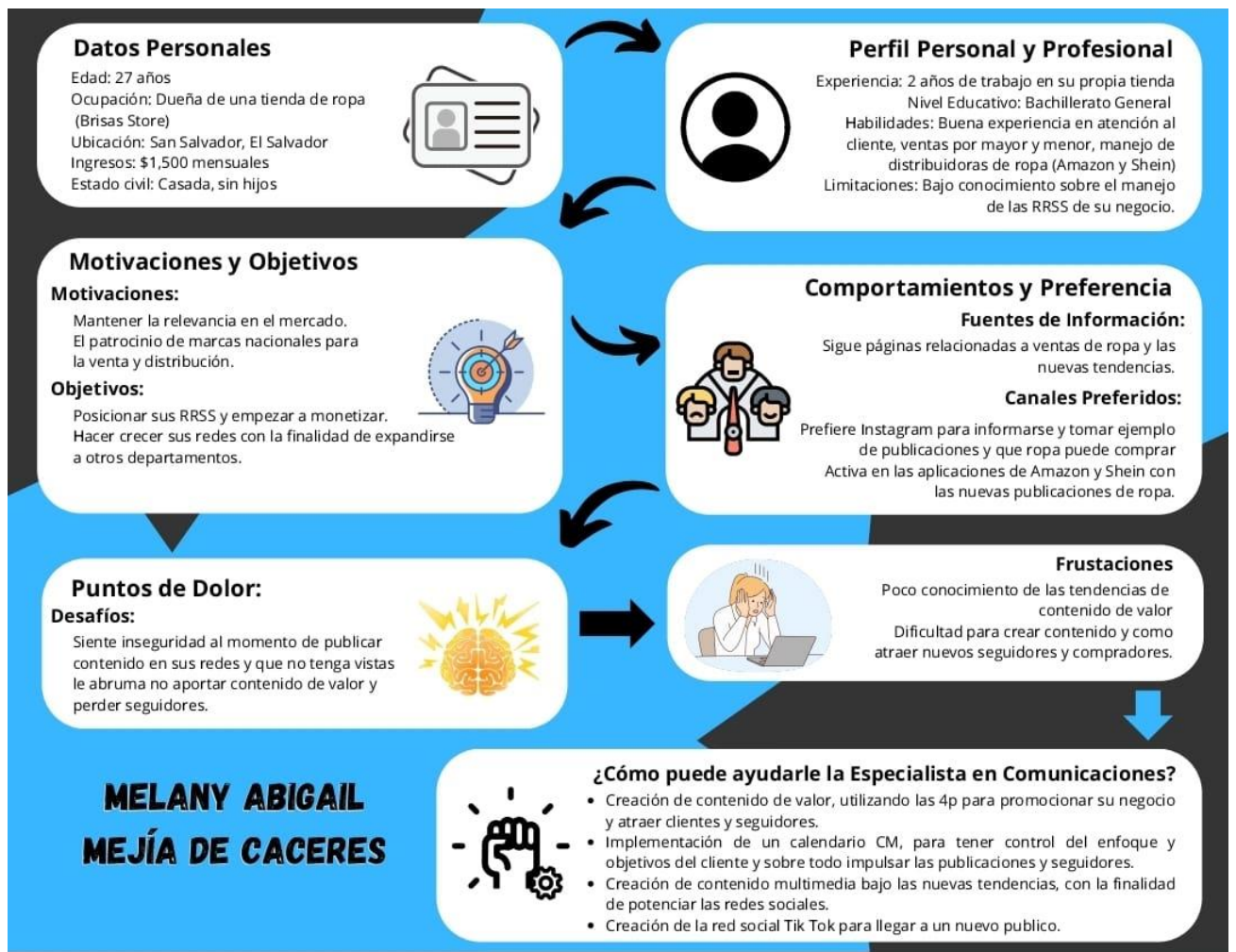
- **MEDIANAS EMPRESAS:**

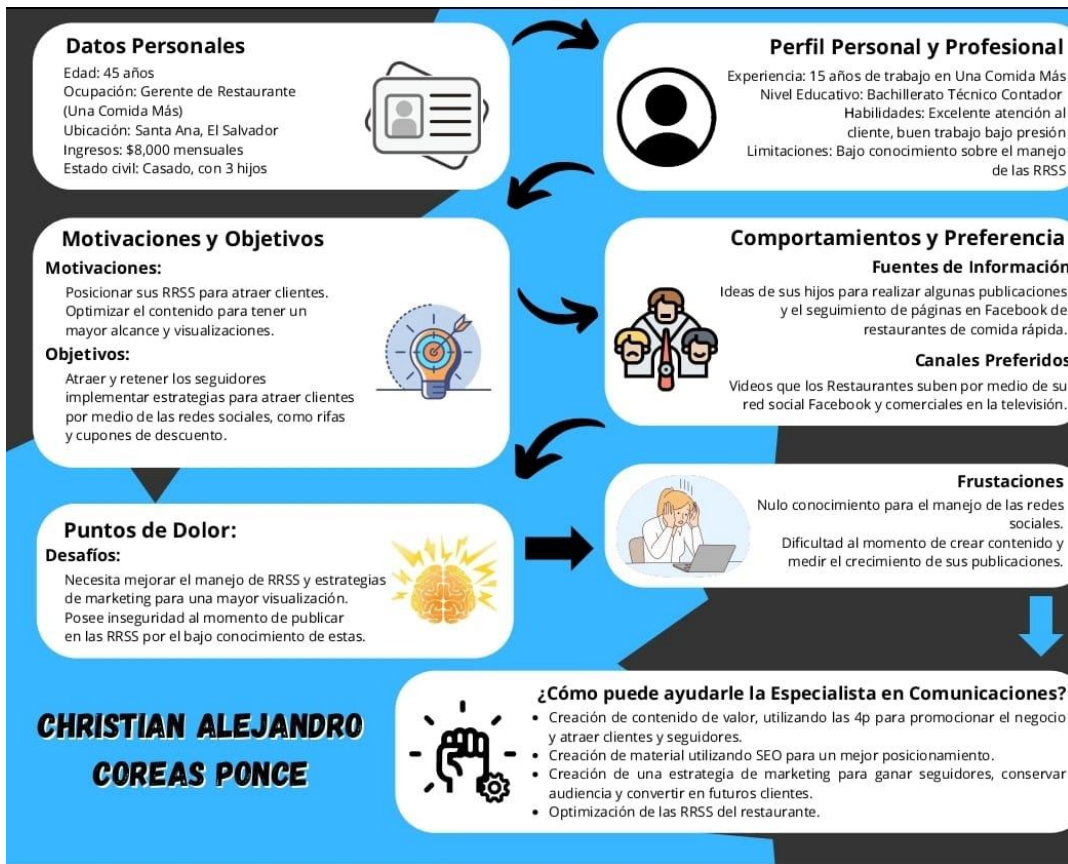
En busca de Community Manager

# BUYER PERSONAS

Con la finalidad de comprender mejor quienes son los clientes ideales para la marca Katherine Monzón, se presentan datos de perfiles reales fundamentados en la investigación previa de mercados.

Especificando información demográfica, motivaciones, frustraciones y comportamiento de los clientes.





### Datos Personales

Edad: 36 años  
Ocupación: Periodista y Coordinador de Redes Sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores  
Ubicación: La Libertad, El Salvador  
Ingresos: \$25,000 anuales  
Estado civil: Soltero



### Perfil Personal y Profesional

Experiencia: 4 años de trabajo en el rubro  
Nivel Educativo: Graduado en Comunicaciones  
Habilidades: Conocimiento y manejo de estrategias para RRSS.  
Bajo conocimiento en edición que lo ayudan a generar contenido repetitivo.  
Limitaciones: Poca creatividad al momento de realizar publicaciones y constante reposteo del mismo contenido.



### Motivaciones y Objetivos

#### Motivaciones:

Aprendizaje de las técnicas de marketing digital.  
Mayor impacto de crecimiento y posicionamiento de la marca.

#### Objetivos:

Expandir la función y actividades del ministerio a nivel nacional e internacional por medio de las RRSS.  
Generar interés y mayor número de interacciones con las nuevas publicaciones.



### Comportamientos y Preferencia

#### Fuentes de Información:

Google, blogs y páginas de Facebook que realizan posteos de avances químicos.

#### Canales Preferidos:

Videos en Youtube de como crear contenido digital y utilización de programas de edición.



### Puntos de Dolor:

#### Desafíos:

Inseguridad al subir contenido y que este no sea bien recibido por sus seguidores.  
Confusión al momento de publicar contenido de valor para atraer nuevo público.



### Frustraciones

Miedo a la decadencia de contenido y pérdida de seguidores.  
Poca diversidad en el material compartido en las RRSS.



**JOSÉ MANUEL  
DOLORES ROSALES**

### ¿Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones?

- Creación de publicaciones con redacción SEO y el uso de CTA para generar interés y viralización de contenido.
- Implementación de un calendario de CM para generar contenido creativo e interactivo.
- Optimización de contenido.
- Creación de material audiovisual siguiendo las tendencias de RRSS como Tik Tok e Instagram.
- Proporcionar contenido dinámico e informativo, utilizando diferentes formatos de audio y video.



## **SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES**

### **INSTAGRAM:**

Es una red social que permite dar a conocer el trabajo profesional de la marca y al mismo tiempo conectar con el público objetivo.

Se escoge esta red social con la intención de posicionar la marca y a la vez interactuar por medio de las herramientas tan prácticas que brinda; como historias y reels y así también se pueden conocer más las necesidades del público objetivo.

### **LINKEDIN:**

Esta red social es ideal para mostrar la trayectoria profesional de la marca y así ser visible para las empresas que están en busca de perfiles capacitados para adentrarse en el mercado laboral.

Por medio de esta red social, se busca posicionar la marca como un perfil completo que conecte con reclutadores de medios de comunicación o emprendedores que deseen contratar los diferentes servicios que brinda la marca Katherine Monzón.

## PLAN DE CONTENIDOS

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTAS	INTERACCIONES
Tips de edición de videos cortos	Identidad Visual	Detalle de servicios	Conexión con el público
Herramientas para crear contenido en redes sociales	Valores como marca	Paquete de servicios en oferta	Conocimiento de preferencias
Recomendaciones de redacción digital	Diferenciación de la marca	Descuentos de temporada	Uso de herramientas propias de Instagram
Tendencias en marketing digital	Conexión emocional	Descuentos en próximos servicios	Creación de historias creativas
Maneras de potenciar tu marca	Creación de comunidad		

## ESTRATEGIA SEO

MARKETING DE CONTENIDO	BRANDING	VENTA	INTERACCIÓN
Marketing Digital	Identidad Visual	Oferta	Preguntas y respuestas
Redacción	Valores	Promoción	Comenta tu experiencia
Tips de edición	Diferenciación de marca	Descuentos	Lo que buscas
Herramientas	¿Quién soy?	Contrátame	Comparte con tus amigos
Importancia	Conoce	Últimos días	Lo que necesitas
Marca personal	Aprende conmigo	Solo hoy	Sígueme
Redes sociales	Te enseño a	Aprovecha	Contáctame
Tendencias	Acompáñame a	Cotiza aquí	Consejos para
Community Manager	Así logré	Reserva ya	Elige tu favorito
Creación de contenido	Tienes que ver	Adquiere este servicio hoy	Escríbeme

## **MEDICIÓN Y ANÁLISIS**

### **KPI'S A MEDIR**

Objetivo propuesto:

- Obtener de 40 a 50 conexiones profesionales en LinkedIn en 2 meses

KPI por medir:

- Tasa de crecimiento de conexiones: Porcentaje de aumento de conexiones en la red en dos meses.
- Invitaciones a la red: Número de invitaciones obtenidas en dos meses.

Objetivo propuesto:

- Aumentar a 100 seguidores en Instagram en los próximos 2 meses

KPI por medir:

- Tasa de crecimiento de seguidores: Porcentaje de aumento de seguidores en dos meses.
- Followers: Número de seguidores obtenidos en dos meses.

Objetivo propuesto:

- Tener mayor cantidad de interacciones con la publicación de contenido de valor en Instagram y LinkedIn (30-40 vistas)

KPI por medir:

- Tasa de interacciones: Porcentaje de interacciones en relación con el número de seguidores o el alcance del contenido.
- Impresiones: Número de veces que el contenido publicado ha sido mostrado.

Objetivo Propuesto:

- Responder 100% de los comentarios y mensajes de los usuarios de ambas redes sociales

KPI por medir:

- Tiempo de respuesta: Tiempo promedio que tarda Katherine Monzón en responder los comentarios, respuestas y mensajes recibidos.

Objetivo propuesto:

- Aumentar la venta de servicios a través de Instagram y LinkedIn un 10% en 3 meses.

KPI por medir:

- Alcance: Número de vistas que tengan las publicaciones en ambas redes sociales.
- Engagement
- Interacciones generales que se logren, como likes, comentarios, compartidos, mensajes y cotizaciones de los servicios.

# CALENDARIO DE CONTENIDO

Calendario Instagram y LinkedIn del 01 al 15 de Octubre							
Calendarización							
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Red Social	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
martes 01/10/2024	6:00 p.m.	Post 1 imagen	Instagram	Branding	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hbU5GTnJKi-9mmGM0v34kzBo0Za3eISz/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1hbU5GTnJKi-9mmGM0v34kzBo0Za3eISz/view?usp=drive_link</a>	Si buscas posicionar tu marca en los principales motores de búsqueda, estás en el lugar correcto. Será un gusto trabajar contigo y encaminarnos a cumplir tus metas. ¡Sígueme y activas las notificaciones para no perderte los tips que te ayudarán a potenciar tu marca! #marketing #estrategias #EstrategiaDigital #branding	
	9:00 a. m.	Imagen	LinkedIn	Branding	<a href="https://drive.google.com/file/d/1fTDmFeeLbXzg8QsZcSVHcRLJoGRU8WIM/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1fTDmFeeLbXzg8QsZcSVHcRLJoGRU8WIM/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! Es un gusto presentar mi marca personal, soy Katherine Monzón y estoy lista para explotar el potencial de tu negocio o empresa. Soy estratega digital, periodista, community manager y editora. Juntos podemos alcanzar los objetivos de tu empresa. ¡Conectemos!	
miércoles 02/10/2024	6:30 p. m.	Carrusel, 2 imágenes	Instagram	Marketing de Contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ftfPozCzYHvPdJk6wCzfRn0XOsNw0fto/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1ftfPozCzYHvPdJk6wCzfRn0XOsNw0fto/view?usp=drive_link</a>	¿Conoces las principales tareas que realizamos para una marca? Aquí te dejo 5, pero en realidad son muchas más. El marketing digital es un universo infinito de ideas por explotar. ¡El éxito de tu empresa se logra en conjunto con especialistas! Sígueme y conoce más sobre marketing digital. #marketing #EstrategiaDigital #estrategia #contenido	
	2:00 p. m.	Imagen	LinkedIn	Marketing de Contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f6eCHxDHAZ4q6u-1Ro-3On1TSU3IVXi/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f6eCHxDHAZ4q6u-1Ro-3On1TSU3IVXi/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! Como especialista en marketing digital quiero compartir estos tips que con el paso del tiempo y las experiencias adquiridas me han sido efectivos, es un gusto apoyar en el crecimiento profesional de todos.	
jueves 03/10/2024	5:00 p. m.	Historia	Instagram	Interacción	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hQAz4QiiUP2001RUsWxia0FK44oyso7/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1hQAz4QiiUP2001RUsWxia0FK44oyso7/view?usp=drive_link</a>	Sin copy, historia utilizando una caja de encuesta.	
	10:00 a. m.	Encuesta	LinkedIn	Interacción		¿Conoces a quién te diriges en tus redes sociales, está comprando actualmente lo que estás vendiendo? Opción 1: Sí, conozco muy bien a mi público objetivo. Opción 2: No, realmente solo comparto el contenido.	
viernes 04/10/2024	5:30 p. m.	Imagen	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f5uCduY95nsSx9Wins0G_mwyZaXwECwi/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f5uCduY95nsSx9Wins0G_mwyZaXwECwi/view?usp=drive_link</a>	¿No sabes qué tipo de contenido crear para tu marca o empresa? Te comparto 5 ideas fáciles de adaptar a tus objetivos. ¡Sígueme para más contenido como este! #marketing #tips #estrategias #ideas	
	4:00 p. m.	Imagen	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f174-D_m5SO17zJcPnFkm5FEJSdvl3t/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f174-D_m5SO17zJcPnFkm5FEJSdvl3t/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, estimada red! Hoy quiero compartirles los tipos de marketing de contenido que puedes crear para tu empresa o negocio. Cada uno debe estar respaldado por ideas claras y encaminadas al logro de tus objetivos. Espero sean de ayuda para ti y las pongas en práctica pronto. Conectemos y conoce más sobre mis servicios como estratega digital.	

Calendario Instagram y LinkedIn del 01 al 15 de Octubre

Calendarización							
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Red Social	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
sábado 05/10/2024	6:00 p. m.	Imagen	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1fb6vArTAQOHzUAKoPNkUz5mDSSWDzPeF/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1fb6vArTAQOHzUAKoPNkUz5mDSSWDzPeF/view?usp=drive_link</a>	Lo que necesitas para mostrar profesionalismo frente a tu audiencia es una excelente ortografía. Puedes apoyarte de apps de gramática que te ayudan a mejorar tus ideas y te corrigen tus errores gramaticales antes de publicar tus textos. ¡Sígueme y no te pierdas más tips como este! #tips #marketing #ortografía #ventajas	
	5:00 p. m.	Infografía	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f-e3w_Nx0-XO-n9I5AE542XqX4IaM-o4t/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f-e3w_Nx0-XO-n9I5AE542XqX4IaM-o4t/view?usp=drive_link</a>	¡Estimada red! Una excelente carta de presentación frente a tu audiencia sin duda es tu ortografía. Pon en práctica estas recomendaciones de redacción digital y disfruta de un antes y un después para tu empresa.	
domingo 06/10/2024	6:30 p. m.	Carrusel, 5 imágenes	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1gMqv7I_-lHbg87VqA2LEzzyD6OT62Wjr/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1gMqv7I_-lHbg87VqA2LEzzyD6OT62Wjr/view?usp=drive_link</a>	¿Te has preguntado por qué otras empresas generan comunidades y ventas efectivas y tú aún no? Esto es lo que necesitas saber, invierte en un especialista en marketing digital y lleva tu marca a otro nivel. ¡Escríbeme hoy! #marketing #crecimiento #RedesSociales #secretos	
	3:00 p. m.	Imagen	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1h7YIGvXaLW05npflcD7WrHaYK7V0nQgO/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1h7YIGvXaLW05npflcD7WrHaYK7V0nQgO/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! Me encantaría destacar los aspectos que toda empresa o negocio debe tomar en cuenta cuando se trata de poner en manos de otro profesional sus objetivos. Este debe ser un trabajo en conjunto orientado siempre al mejoramiento de la empresa, por lo tanto, el especialista en marketing no debe dejar pasar los objetivos que tienes en tu empresa, debe enfocarse en conocer a quién se dirige, conocer a tu competencia, hablar claro sobre el presupuesto que esto conlleva y sobre todo reforzar las estrategias para lograr su efectividad.	
lunes 07/10/2024	5:30 p. m.	Imagen	Instagram	Interacción	<a href="https://drive.google.com/file/d/1h9fm-jWhgLeikK1T04MIL663QgCh5qFp/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1h9fm-jWhgLeikK1T04MIL663QgCh5qFp/view?usp=drive_link</a>	Sin Copy, historia informando servicios disponibles y CTA	
	3:30 p. m.	Imagen	LinkedIn	Branding	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iF7FtsVUHe21zCwLh2ORP4CA62Yw8mqf/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1iF7FtsVUHe21zCwLh2ORP4CA62Yw8mqf/view?usp=drive_link</a>	¡Buen día, estimada red! Les comparto los servicios en lo que me destaco y me apasiona trabajar actualmente. Quedo a disposición de tu empresa para acompañarte a posicionar tus redes sociales con mis estrategias. ¡Saludos!	
	6:00 p. m.	Reels 10 seg.	Instagram	Venta	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f5q36j1hvgcwiZb0j98HvOfzuHgFRRGB/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f5q36j1hvgcwiZb0j98HvOfzuHgFRRGB/view?usp=drive_link</a>	Como estrategia digital mi objetivo es acompañarte a lograr el tuyo. Será un gusto cumplir tus metas juntos. Recibe un descuento especial de bienvenida. ¡Reserva ya! #marketing #EstrategiaDigital # descuentos #estrategias	

**Calendario Instagram y LinkedIn del 01 al 15 de Octubre**

Calendarización							
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Red Social	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
martes 08/10/2024	3:30 p. m.	Imagen	Linkedin	Venta	<a href="https://drive.google.com/file/d/1tFHo51s2QjEla_sPHluKIDnbAPJV_ra/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1tFHo51s2QjEla_sPHluKIDnbAPJV_ra/view?usp=drive_link</a>	¡Buen día, estimada red! Como especialistas en marketing digital te aconsejamos seguir estrategias orientadas al cumplimiento de tus objetivos. Con nuestros servicios podemos explotar el potencial de tu marca. ¡Aprovecha nuestros descuentos hoy!	
	6:30 p. m.	Reels	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1jBsQ3EbV9s8y5fcSBY-bAdOvlO1c8xrk/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1jBsQ3EbV9s8y5fcSBY-bAdOvlO1c8xrk/view?usp=drive_link</a>	Si te gusta crear contenido llamativo visualmente, de seguro te gusta crear videos sobre tu empresa o negocio. Sigue estos tips y viraliza tus videos con más facilidad. #videos #tips #marketing #EstrategiaDigital	
miércoles 09/10/2024	4:00 p. m.	Imagen	Linkedin	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hOrFfahsyzDCREbZK1oNKsYhYo8Rxc/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1hOrFfahsyzDCREbZK1oNKsYhYo8Rxc/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! En esta ocasión quiero compartirles unos cortos tips que puedes tomar en cuenta cuando se trate de generar contenido de valor para tu audiencia. El uso de videos como estrategias de marketing cada vez es más efectivo si sabes qué información utilizar para compartir. Pon en cuenta estos tips y cuéntame como te va.	
	5:30 p. m.	Carrusel, 5 imágenes	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1gOj5M25g5jPHGBX5SR7_RUJARHlvT47/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1gOj5M25g5jPHGBX5SR7_RUJARHlvT47/view?usp=drive_link</a>	Acompañame a saber la importancia de conocer a quién diriges tus mensajes y los principales datos que debes conocer de tu cliente ideal. No te olvides seguirme para aprender más sobre marketing digital. #EstrategiaDigital #BuyerPersonas #ClienteIdeal #marketing	
jueves 10/10/2024	1:00 p. m.	Imagen	Linkedin	Branding	<a href="https://drive.google.com/file/d/1jElqTJjMpfVnG_1Sa7oYmNFyglTwalfib/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1jElqTJjMpfVnG_1Sa7oYmNFyglTwalfib/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! Como profesionales a lo largo del trayecto adquirimos conocimientos e ideas generalizadas sobre el comportamiento que debemos tener con nuestra audiencia, pero quiero resaltar que no debemos perder nuestra identidad y siempre mostrarnos como somos en nuestro día a día. Me gusta explotar mi creatividad con las marcas que adquieren mis servicios y dar a conocer siempre la pasión que tengo en lo que hago, y a ustedes. ¿Qué valores los caracterizan?	
	5:00 p. m.	Historia	Instagram	Venta	<a href="https://drive.google.com/file/d/1fpGln_7gf79oeKI6g_h92_wyA9DY0be/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1fpGln_7gf79oeKI6g_h92_wyA9DY0be/view?usp=drive_link</a>	Texto sobre imagen: "Atrévete a explotar el potencial de tu marca y obtén descuentos en tu próximo servicio ¡Contáctame!	

Calendario Instagram y LinkedIn del 01 al 15 de Octubre

Calendarización							
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Red Social	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
viernes 11/10/2024	10:00 a. m.	Infografía	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1fqhXCzvyE885N79XDyKBRCOck-Ug6O-2/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1fqhXCzvyE885N79XDyKBRCOck-Ug6O-2/view?usp=drive_link</a>	¡Buen día, red! Hoy les comparto algunas claves si necesitan orientación para crear contenido en redes sociales. Hoy en día las audiencias se han vuelto mas exigentes en cuanto a la recepción de mensajes mejor planeados, entretenidos y que resuelvan alguna de sus necesidades. Cuéntame si ya pones en práctica alguno de ellos o tu experiencia en la creación de contenidos.	
sábado 12/10/2024	6:30 p. m.	Carrusel, 5 imágenes	Instagram	Marketing de contenidos	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iOapqPw_Ce5rpQ3zpbNgFfh9rXG7NI-UK/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1iOapqPw_Ce5rpQ3zpbNgFfh9rXG7NI-UK/view?usp=drive_link</a>	Imaginate solamente poner tus ideas en el buscador y tener decenas de imágenes gratuitas para tus proyectos. Así funcionan estas apps de inteligencia artificial. ¿Ya conocías alguna? ¡Cuéntame en los comentarios!	
sábado 12/10/2024	3:00 p. m.	Infografía	LinkedIn	Marketing de contenidos	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iDdhDl6OmlOa5kult_rO06lm7yloRaNy/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1iDdhDl6OmlOa5kult_rO06lm7yloRaNy/view?usp=drive_link</a>	¡Hola, red! Hoy quiero compartirles parte de mi proceso de creación de contenido para mis clientes. Sin duda, todo el detrás de cada punto es importante y de valor para lograr los objetivos de cada empresa. Aunque el proceso muchas veces varía, normalmente, así es como organizo mis ideas. ¡Saludos!	
domingo 13/10/2024	3:00 p. m.	Historia	Instagram	Interacción	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iMOyMd28LYdD3a1gqayEXCC7_0xbWfx/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1iMOyMd28LYdD3a1gqayEXCC7_0xbWfx/view?usp=drive_link</a>	Información dentro de la imagen: "¿Te animas a potenciar las redes de tu negocio? ¡Contratá mis servicios hoy!" Caja de interacción.	
domingo 13/10/2024	6:30 p. m.	Imagen	LinkedIn	Venta	<a href="https://drive.google.com/file/d/1eki39HFIUftU1aSri6ubbUo595xDgnah/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1eki39HFIUftU1aSri6ubbUo595xDgnah/view?usp=drive_link</a>	Hola, red. Hoy les propongo elevar su empresa o negocio con una efectiva estrategia digital. Tengo en ofertas mis completos paquetes de servicios que se orientan en el cumplimiento de tus objetivos. Escríbeme y te comparto las ofertas detalladas.	
lunes 14/10/2024	5:30 p. m.	Carrusel, 4 imágenes	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iXq1UKxyXiojAf_LBkOoGTqICvyHP3A5/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1iXq1UKxyXiojAf_LBkOoGTqICvyHP3A5/view?usp=drive_link</a>	¿Sabes con precisión lo que quieres lograr con tus objetivos? En este post te cuento lo importante que es establecer objetivos factibles de alcanzar para tu empresa. Cuéntame en los comentarios si ya estableciste los tuyos. #marketing #estrategias #objetivos #EstrategiaDigital	

Calendario Instagram y LinkedIn del 01 al 15 de Octubre

Calendarización							
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Red Social	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
martes 15/10/2024	11:00 a. m.	Imagen	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1eki39HEIUftU1aSri6ubbUo595xDgnah/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1eki39HEIUftU1aSri6ubbUo595xDgnah/view?usp=drive_link</a>	¡Hola red! Hoy quiero recordarles lo importante que es contar con estrategias de marketing digital que los dirigan al cumplimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo. Por eso, eviten cometer estos errores y confíen sus objetivos en especialistas de la rama.	
martes 15/10/2024	4:00 p. m.	Imagen	Instagram	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ipb-Y32UfP4fr5_Cl7ZfE1837EKHE-2g/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1ipb-Y32UfP4fr5_Cl7ZfE1837EKHE-2g/view?usp=drive_link</a>	Tal vez sí tienes la información correcta pero la estás transmitiendo mal en tu biografía. Sigue estos tips y descubre que por medio de la optimización de tu perfil tu mensaje puede llegar a muchas cuentas más. #marketing #tips #EstrategiaDigital #instagram	
	3:00 p. m.	Imagen	LinkedIn	Marketing de contenido	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ismLVX4ghvzhYkafpqnUffOR73UQ1VV/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1ismLVX4ghvzhYkafpqnUffOR73UQ1VV/view?usp=drive_link</a>	¡Estimada red! Si tu empresa todavía no cumple este checklist de un branding exitoso, no te desesperes. Poco a poco puedo ayudarte a construir las bases para una estrategia de marketing efectiva y adaptable a tus necesidades. ¡Contáctame y transformemos juntos tu empresa!	

## **REFERENCIAS**

[Marca personal: qué es y por qué es más importante que nunca | ESIC](#)

[Branding Personal: Crea una marca personal estratégica | Udemý](#)

[¿Qué es el Marketing Digital? Conceptos y Guía Completa | Mailchimp](#)

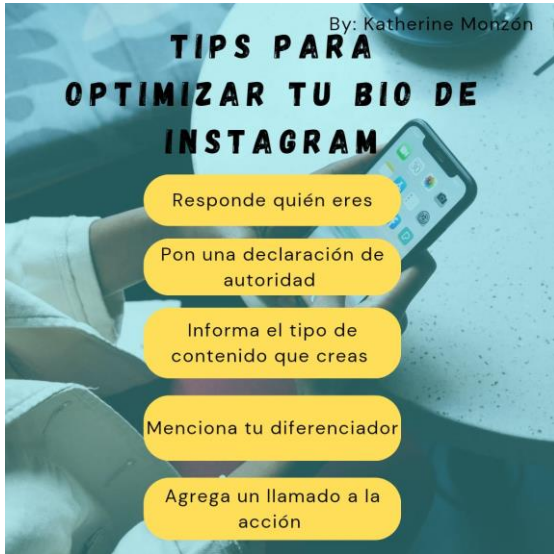
# ANEXOS

Piezas gráficas para publicar en las redes sociales, Instagram y LinkedIn.

By: Katherine Monzon

## TIPS PARA OPTIMIZAR TU BIO DE INSTAGRAM

- Responde quién eres
- Pon una declaración de autoridad
- Informa el tipo de contenido que creas
- Menciona tu diferenciador
- Agrega un llamado a la acción



## TE ENSEÑO LA IMPORTANCIA DE LOS

# Objetivos SMART

#marketing



#marketing

## PRIMERO DEFINAMOS OBJETIVOS SMART

Determinan las prioridades de tu empresa y proporcionan crecimiento y éxito. Además, permiten medir los resultados de trabajo y orientarlo a mejoras.



## S. M. A. R. T.

- Su principal característica es que son:
- Específicos
- Medibles
- Alcanzables
- Relevantes
- Temporales

#marketing



**¿QUIÉN SOY?**  
**Katherine Monzón**



ESTRATEGA DIGITAL

COMMUNITY MANAGER

CREADORA DE CONTENIDO

PERIODISTA

EDITORIA

**Sigueme para más contenido de valor**

@Katherine\_monzn

**¡POR TIEMPO LIMITADO!**  
**Transforma tus redes sociales**  
*Paquetes de Estrategia Digital en oferta*

**COTIZA AQUÍ**



**MIS SERVICIOS**

Katherine Monzón

Community manager

Estratega Digital

Periodista

Edición multimedia



# PROCESO DE CREACIÓN DE CONTENIDO

**1 Planificar/ Investigar**  
Primero definimos la estrategia de contenidos a utilizar y nuestros objetivos. Además de estudiar y generar ideas de contenidos.

**2 Organizar**  
Organizamos las ideas en orden de importancia, formatos y canales donde vamos a difundir nuestra información.

**3 Crear/Editar**  
Luego se crea cada idea en el formato establecido y se editan las piezas gráficas, imágenes o videos obtenidos.

**4 Publicar/ Distribuir**  
Llega la hora de subir, revisar y publicar el contenido en nuestros canales digitales. Además de promocionar en redes, boletines y anuncios pagados el contenido.

**5 Medir**  
Para finalizar, se deben analizar las métricas obtenidas, comparar entre canales digitales y establecer objetivos para las próximas publicaciones.

@katherine\_monzn



**¡Elevamos tu marca!**

¡Reserva hoy nuestros servicios de estrategia digital y prepárate para llevar tu marca a otro nivel!

@Katherine\_monzn

Mm19094@ues.edu.sv

## Tips de videos PARA TU MARCA

Cuenta tu historia

Crea tutoriales sencillos



Muestra lo que vendes

Responde preguntas frecuentes

@katherine\_monzn

# VALORES

QUE ME CARACTERIZAN

CREATIVIDAD

LEALTAD

RESPETO

AMABILIDAD

PASIÓN

KATHERINE MONZÓN

# 5

## ASPECTOS IMPORTANTES AL CONTRATAR SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL

- 1 Definir claramente los objetivos
- 2 Comprensión del público objetivo
- 3 Análisis de la competencia
- 4 Definir presupuestos claros y precisos
- 5 Retroalimentación y mejoras continuas

@katherine\_monzn

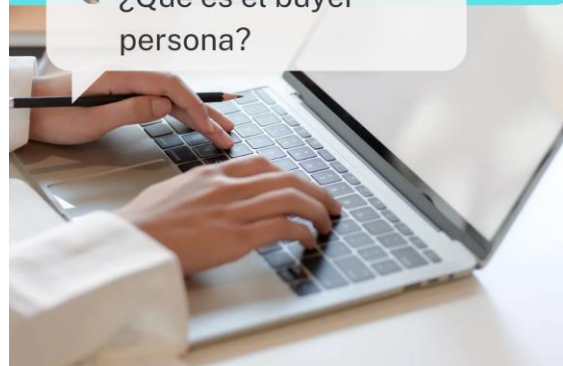
MARKETING DIGITAL

@katherine\_monzn

Responder a tu comentario



¿Qué es el buyer persona?




# SERVICIOS *disponibles*

- COMMUNITY MANAGER
- ESTRATEGIA DIGITAL
- MULTIMEDIA
- EDICIÓN DE VIDEOS
- CREACIÓN DE CONTENIDO


 **cotiza tu servicio**  
 MM19094@UES.EDU.SV




¿Qué tipo de contenido prefieres consumir?



Carrusel informativo



Videos o reels




Infografías



**Pero... ¿ Por qué es importante tener un buyer persona?**

@Katherine\_monzn

Porque proporciona una mayor comprensión de quiénes son nuestros clientes ideales y como nos vamos a dirigir a ellos de manera efectiva. También, facilitará la toma de futuras decisiones.



**Información indispensable de un buyer persona**

@katherine\_monzn

- Tipo de trabajo que posee
- Empresa en que trabaja
- Información de valor como miedos, retos y objetivos
- Personalidad: pasatiempos, forma de ser, datos positivos y negativos.

¡SÍGUEME PARA MÁS CONSEJOS!

@katherine\_monzn

Confía tus objetivos en manos de un especialista en marketing digital

👍 OK

Acompáñame a conocer de qué se trata:

@katherine\_monzn

El buyer persona es una representación semi-ficticia de un cliente ideal pero basada en datos reales sobre tus clientes actuales. El perfil debe incluir información demográfica, motivaciones, objetivos y comportamiento de los clientes.

**#3 Humanizar tu marca**

Crear una conexión única y diferenciable con tu audiencia es clave para crear poco a poco una comunidad y fidelizar a tus clientes.

**4 ERRORES AL CREAR UNA MARCA**

- 1 NO TENER UNA ESTRATEGIA
- 2 NO CONOCER A TU PÚBLICO OBJETIVO
- 3 TRATAR DE IMITAR A OTRA PERSONA O MARCA
- 4 NO CONFIAR EN TU POTENCIAL COMO PROFESIONAL

# Recomendaciones de REDACCIÓN DIGITAL



## TÍTULOS

La calidad de los títulos que utilizas incide en la posición de tu contenido en los motores de búsqueda.



## GANCHOS

Utiliza palabras y frases que a tu juicio sean más relevantes y puedan capturar la atención de tu audiencia.



## PUNTUACIÓN

Reduce el número de ideas por frase. Así minimizas la puntuación y eres más claro con tu mensaje.



## NÚMEROS

Utiliza números para facilitar su lectura en pantallas. Al mismo tiempo reduces el número de caracteres.

By: Katherine Monzón



*Apps de IA  
para crear tu  
contenido  
multimedia*

01

P

**Pexels**

Encuentras fotografías de calidad listas para descargar, editar y compartir en tus piezas gráficas.

03

px

**Pixabay**

Herramienta digital que ofrece fotografías, ilustraciones, vectores y videos de manera gratuita y sencilla.



**¡Sígueme!**

Para más consejos sobre marketing digital



**3 Ventajas de cuidar tu ortografía**

- ✓ Permite expresar ideas claras y precisas
- ✓ Es una excelente muestra de tu profesionalismo
- ✓ Tu audiencia recibe el mensaje que deseas transmitir

**TAREAS DE UN COMMUNITY MANAGER**

1. ESTABLECER UN CALENDARIO DE PUBLICACIONES

2. REFORZAR LA CONEXIÓN CON LA COMUNIDAD

3. MONITOREAR A LA COMPETENCIA

4. IDENTIFICAR TENDENCIAS EN LAS PLATAFORMAS

5. REALIZAR ANÁLISIS PERIÓDICOS DE LAS MÉTRICAS



# LOS SECRETOS PARA HACER CRECER TU MARCA DIGITAL

@katherine\_monzn

## #2 Crear una propuesta de valor única

Apóyate siempre de personas especializadas para crear estrategias efectivas que se encaminen a lograr tus objetivos.

## #1 Analizar a tu competencia

Monitorear de manera constante como se comporta tu competencia te ayudará a comprender la manera en que resuelve dudas y necesidades a sus clientes. Identifica puntos de mejora y aplícalos en tu marca.

# CONSEJOS PARA CREAR CONTENIDO EN REDES SOCIALES

- ## 1. DEDICA TIEMPO

Destina un tiempo de tu semana que sea exclusiva para pensar contenido, inspirarte y que nazcan las ideas. Haz listas de posibles temas de interés sobre tu marca.
- ## 2. CONOCE LA RED

Cada red social tiene su público y su tipo de contenido favorito. Investiga cada red social y el comportamiento de tu audiencia en ellas, así podrás crear contenido exclusivo y que se ajuste a cada plataforma.
- ## 3. ENTRETENER

Recuerda que lo que busca la gente en las redes sociales es entretenimiento! Es posible vender a través del entretenimiento, pero debes saber primero lo que disfruta tu audiencia para luego involucrar en ello tu producto o servicio.
- ## 4. ENCUESTAS

Si no sabes bien las preferencias de tu audiencia, aprovecha las herramientas para hacer encuestas y preguntas. Estas crean contenido mientras lo haces y además te aportará información valiosa.

**EXTRA TIP:** **El Calendario**  
 Crea un calendario detallado día a día con la cantidad de contenido que deberás tener lista para cada una de las redes sociales.

SÍGUEME Y CONOCE MÁS SOBRE MARKETING DIGITAL

[KATHERINE MONZÓN](#)

ATRÉVETE A EXPLOTAR EL POTENCIAL DE TU MARCA Y OBTÉN

# DESCUENTOS EN TU PRÓXIMO SERVICIO

¡CONTÁCTAME!

@Katherine\_Monzn

# CONOCE LAS NECESIDADES DE TUS CLIENTES

@katherine\_monzn