

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: "DIMENSIÓN COMMUNITY MANAGER"**

**PRESENTADO POR:**

Mónica Elizabeth Reyes Martínez

**CARNÉ:**

(RM09155)

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

**DOCENTE ASESOR**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR GENERAL**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL  
SALVADOR, CENTROAMÉRICA, AGOSTO DE 2023.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS  
**RECTOR**

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ  
**VICERRECTOR ACADÉMICO**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN  
**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN  
**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE  
**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

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

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS  
**DECANO**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO  
**VICEDECANA**

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS  
**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS  
**JEFE DE DEPARTAMENTO**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ  
**DOCENTE ASESOR**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
**COORDINADOR GENERAL**

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias a Dios y a la virgen de Guadalupe por permitirme culminar esta meta.

Agradezco al amor y apoyo incondicional de mi madre Mónica Martínez y mi hermano Oscar Reyes quienes no dejaron de creer en mí y me acompañaron en este sueño.

Agradezco al apoyo y cariño de mis tíos Mario Martínez y Dinora de Martínez y Ernesto Gamboa, espero que se derramen muchas bendiciones en sus nombres.

Gracias a mi hermana de vida Nathalie Salazar por impulsarme a seguir mis metas y sueños por ser y estar.

Agradezco a mis amigos Marcos Pérez y Alejandro Mancía por su apoyo incondicional en mi vida universitaria

Gracias, gracias, gracias.

## INDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>7</b>
<b>INFORMACIÓN DE LA MARCA.....</b>	<b>7</b>
<b>LOGO DE LA MARCA Y REDES SOCIALES.....</b>	<b>9</b>
<b>FODA .....</b>	<b>10</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....</b>	<b>11</b>
<b>BUYER PERSONA.....</b>	<b>24</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>28</b>
<b>CANALES DIGITALES.....</b>	<b>29</b>
<b>LÍNEAS DE CONTENIDO.....</b>	<b>30</b>
<b>KEY PERFORMANCE INDICATORS O INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO (KPI) .</b>	<b>31</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>32</b>
<b>CALENDARIO DE PUBLICACIONES FACEBOOK .....</b>	<b>34</b>
<b>PIEZAS GRÁFICAS FACEBOOK.....</b>	<b>37</b>
<b>CALENDARIO DE PUBLICACIONES DE INSTAGRAM.....</b>	<b>45</b>
<b>PIEZAS GRÁFICAS INSTAGRAM.....</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>55</b>

## RESUMEN

El objetivo de este proyecto es mostrar el resultado del proceso que se llevó a cabo para la realización de una estrategia digital para la creación de marca personal o comercial. La elaboración del plan de Marketing digital, dicho plan es para mejorar el posicionamiento, creación de contenido de valor y venta de la marca a crear, en primer momento se determina y establece el público objetivo al que va dirigida la marca, luego se trabaja en el diseño del logo y se establecen las estrategias a utilizar para posicionar la marca, esto ayuda a crear contenido de valor que satisfaga las necesidades de los clientes y potencialice el acercamiento entre cliente y marca. Para el posicionamiento de la marca se debe establecer las plataformas digitales a utilizar. Una vez establecido todo lo anterior, se debe elaborar y organizar un calendario de publicaciones con las respectivas artes gráficas de manera que la estrategia oriente y logre cumplir con los objetivos planteados.

**Palabras clave:** Fotografía, Producción audiovisual, Consultoría en contenidos multimedia, Edición de audio y video, Edición de fotos y videos.

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en una herramienta innovadora para el marketing digital sea de cualquier marca o servicio. Estas plataformas han ayudado a posicionar y vender ante el público que consume diariamente.

En cada plataforma digital existen herramientas que las caracterizan a cada una y por tanto cada marca debe diseñar una estrategia necesarias cubriendo las necesidades de su público, mas haya de publicar se debe contemplar en la estrategia el publicar contenido de valor con el que se identifique el público meta.

Este trabajo presenta la creación de una estrategia de marca llamada “Estrategia de marketing digital Dimensión Community Manager” donde se desarrolla el proceso para la creación de una estrategia eficiente y afectiva, un calendario de publicaciones en donde se contempla cada publicación con la pieza gráfica y el Copy con contenido de valor, el Buyer Persona que es fundamental para definir los objetivos y la estrategia a utilizar.

Cabe destacar que el aporte de este informe es presentar los resultados de la práctica realizada en el Curso de Especialización, por lo que su estructura varia a la de un trabajo de investigación, siendo un gran aporte informativo sobre el tema de manejos de redes sociales y redacción digital.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA**

Actualmente Dimensión Community Manager, nace como una propuesta de servicios multimedia y digitales para satisfacer las necesidades de las marcas y servicios que necesiten de un asesoramiento en las diferentes plataformas digitales que van exigiendo cada día más pequeñas pero significativas mejoras a la hora de realizar cada publicación.

La vanguardia de las nuevas tecnologías exige al community manager, encontrar nuevas alternativas de formación y trabajo. Es un aprendizaje constante y de monitorear las nuevas tendencias en cada plataforma digital para obtener mejores resultados.

Las áreas que debe manejar un community manager va desde el estudio de la competencia y virtudes de las mismas para determinar que estrategia se puede aplicar para el cliente hasta la creación de un calendario con contenido de valor.

## **INFORMACIÓN DE LA MARCA**

Dimensión Community Manager, nace con la filosofía: “Extensión de ideas en todas las direcciones del espacio digital” Para que cada cliente sepa que no importa el rubro de su marca o servicio sus necesidades serán atendidas y guiadas por medio de estrategias elaboradas para cada cliente.

Es una opción que busca resolver las necesidades del cliente potencializando sus ideas en las diferentes plataformas digitales.

A través del tiempo se ha observado los diferentes avances que se han tenido para mejorar las condiciones de comunicación e interacción digital y con ello va de la mano el marketing digital.

Es por ello que Dimensión Community Manager se vuelve una alternativa capaz y profesional para realizar una estrategia de marca a través del estudio e investigación que conlleva la realización de cada estrategia de cada marca o servicio.

Dimensión es una alternativa holística digital que busca el equilibrio digital para los clientes que no saben cómo mejorar y potencializar su marca o servicio en el área de contenidos multimedia para las diferentes plataformas virtuales.

Contamos con conocimiento audiovisual desde hace 7 años, desarrollando producción de guiones narrativo y técnico, producción de video, fotografía puesta en escena, creación de contenido audiovisual, (pre producción, producción y postproducción); conocimiento en edición de fotos, video y audio.

Trabajamos acorde a las necesidades de los clientes. Nuestros precios van desde \$50.00 dólares según las necesidades de cada cliente, costo de servicios ofrecidos. Siempre se tiene una reunión previa con el cliente para establecer los objetivos y plataformas digitales a utilizar en la estrategia, como Facebook, Instagram y Twitter, entre otras.



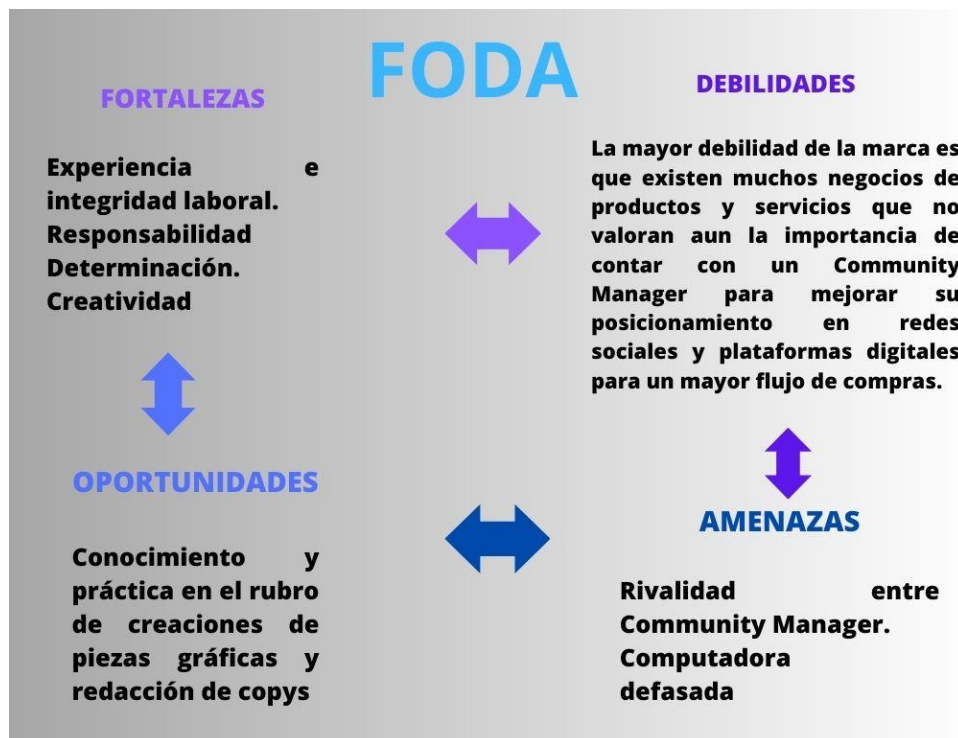
## LOGO DE LA MARCA Y REDES SOCIALES



## FODA

Para elaborar una estrategia de marca en redes sociales de cualquier marca es necesario la creación de un FODA, que es un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, u organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.



Las principales fortalezas de Dimensión Community Manager, es el conocimiento académico, experiencia e integridad laboral. Ha adquirido experiencia en el rubro audiovisual como en el manejo de plataformas digitales para diferentes marcas y servicios.

La mayor debilidad de la marca es que muchos clientes potenciales desconocen o desestiman el trabajo del community manager para mejorar su posicionamiento en redes sociales y plataformas digitales y mejorar el flujo de compra.

Dentro de las amenazas esta la rivalidad entre community manager ya que muchos trabajan desde el rubro empírico y no académico. También una desventaja de la marca es que la computadora es un poco desfasada y no aguanta programas de edición.

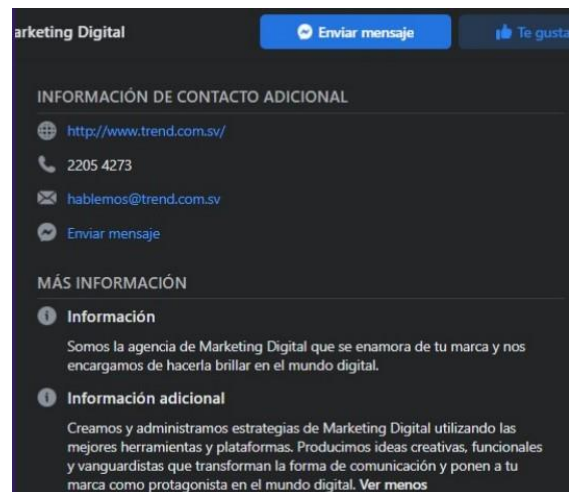
La oportunidad principal es la experiencia empírica y académica que Dimensión Community Manager ha adquirido y ofrece a sus clientes. Ofreciendo un trabajo de calidad y confianza.

### **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

En primer momento se realizó un estudio de la competencia para analizar las amenazas y fortalezas que tienen y así fortalecer la estrategia de marca de “Dimensión Community Manager”.

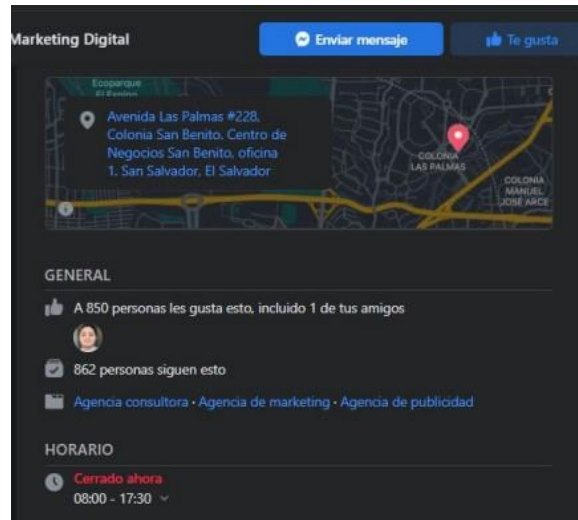
Con este paso también se puede evaluar tener a crear estrategias de alianza o colaboraciones entre marcas para un mayor y mejor crecimiento.

## Presentación de Trend Marketing Digital en Facebook:



## Información de la página Trend Marketing Digital:





La página es sencilla pero orgánica ya que su presentación cuenta con maneras de comunicarse a su público meta y en cuanto a las publicaciones el copy está acorde a las piezas gráficas. También cuenta con un apartado de Box en cual interactúa con los clientes para responder las preguntas más frecuentes.

En su plataforma de Facebook se aprecia las publicaciones con contenido de valor, pero no cuentan con muchas publicaciones eso es una desventaja.

### Presentación de Trend Marketing Digital en Instagram:





En su página de Instagram cuenta con 34 seguidores, 7 seguidos y 8 publicaciones. La primera publicación fue el 24 de noviembre de 2021. Un rasgo apreciable es que en cada publicación se cuenta con piezas gráficas acorde a los copys convirtiéndose en publicaciones orgánicas.

La esencia de la marca es buena ya que hablan de humanizar la marca con estrategias en sus publicaciones en las que la audiencia se convierte en el protagonista de la marca.

Otro rasgo apreciable es que cuenta con un menú dirigido a su Buyer persona, en los que ofrecen sus servicios:

1. E – Commerce.
2. Web Hosting.
3. SEO y SEM.
4. Fotografía, video y animación.
5. Email marketing.

La desventaja es que no hacen publicaciones más seguidas.

### **Presentación de MINT Marketing Inteligente en Facebook:**



 **Marketing Inteligente**




**AGENCIA DE MARKETING.** Mejoramos sus resultados a través de la Reingeniería Mercadológica

Somos la primera AGENCIA DE MARKETING. Nos enfocamos en analizar y optimizar todo o algún elemento de sus tácticas o estrategias dentro de su mezcla d... [Ver más](#)

A 5.953 personas les gusta esto, incluidos 17 de tus amigos



5.981 personas siguen esto

 **Marketing Inteligente**

<http://www.mint.com.sv/>

2298 0043

Ausente  
[Enviar mensaje](#)

+503 7952 5620

[info@mint.com.sv](mailto:info@mint.com.sv)

**Cerrado ahora**  
08:00 - 17:30

Agencia de marketing

[Marketing Inteligente](#)

[MarketingInteligente.SV](#)



**Marketing Inteligente**  
21 de mayo

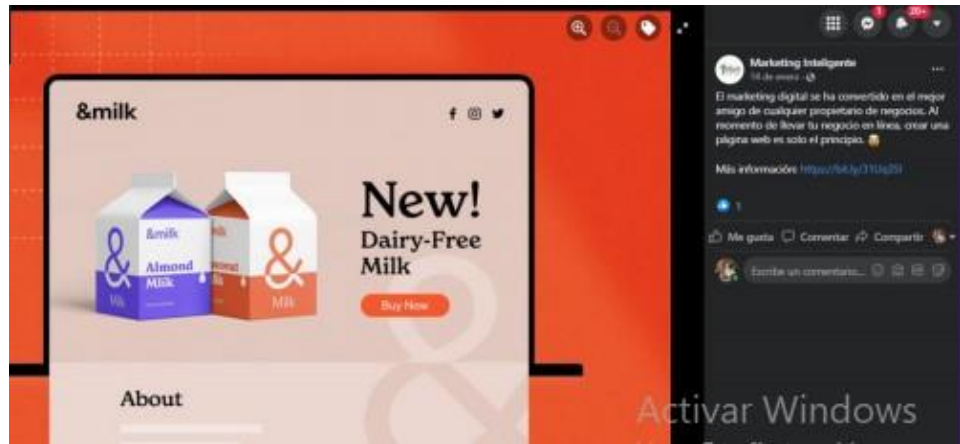
La forma en que una persona adquiere un inmueble ha cambiado radicalmente en los últimos años. Actualmente, los consumidores ya no acuden «a ciegas» a un agente sino que, con antelación, buscan información sobre factores que puedan influir en su decisión de compra.

Mis informaciones: <https://bit.ly/3qnr0MC>

Me gusta Comentar Compartir

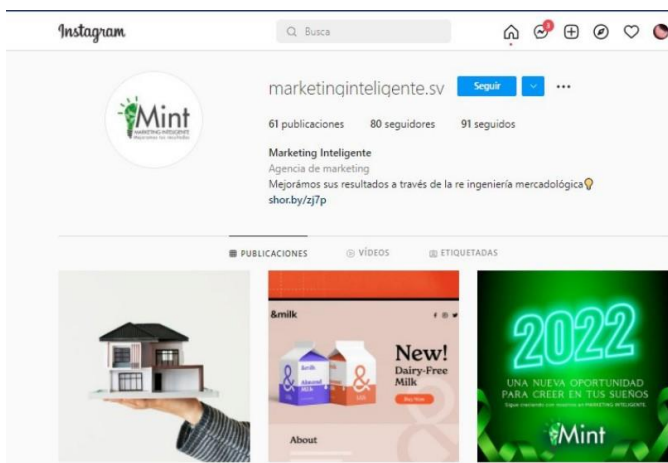
Escribe un comentario...





Es una agencia de marketing digital, cuenta con 5.953 de seguidores. Se han hecho muy pocas publicaciones, pero son con contenido de valor. Su estrategia es hacer publicaciones lo más sencillas posibles.

### Presentación de Mint Marketing Digital en Instagram:





marketinginteligente sv • Seguir

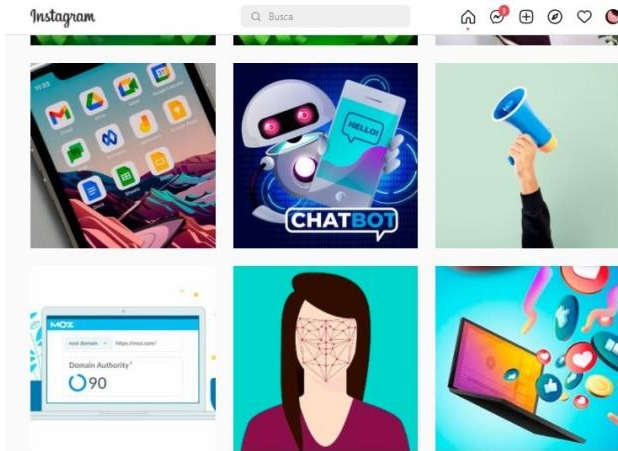
marketinginteligente sv Te ayudamos a convertir tus visitas en clientes. Generamos para que tus potenciales clientes se sientan atraídos por tu sitio web, conseguir su punto de contacto y tener una buena relación con ellos, para que posteriormente compren.

Construimos un sitio web a tu medida, la decisión de sobre salir está en tus manos.

Contactanos:  
 info@mint.com.sv  
 2298-0043  
 Alameda Roosevelt, Edificio la Centroamericana, 4to nivel  
 80 sem

4 Me gusta  
 13 DE ENERO DE 2021

Añade un comentario... Publicar



marketinginteligente sv • Seguir

marketinginteligente sv La forma en que una persona adquiere un inmueble ha cambiado radicalmente en los últimos años. Actualmente, los consumidores ya no acuden «a ciegas» a un agente sino que, con anterioridad, buscan informarse sobre factores que puedan influir en su decisión de compra.

Link en BIO

#marketing #marketinginmobiliario #bienesaices

5 sem

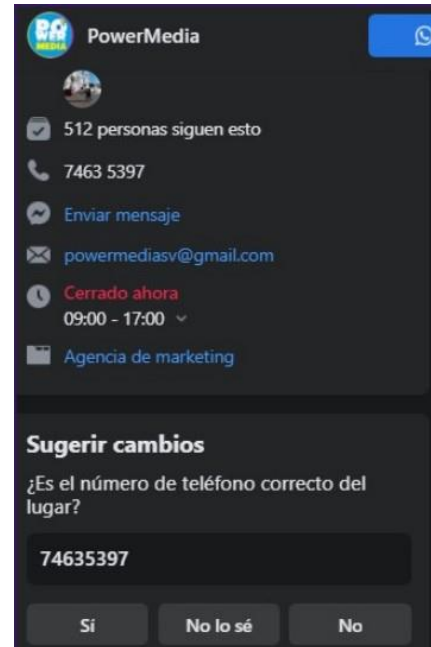
1 Me gusta  
 21 DE ENERO

Añade un comentario... Publicar

Mint, cuenta con 80 seguidores, 91 seguidos y 61 publicaciones y 1 video. La página es básica en cuanto a contenido y no tiene interacción con la audiencia, la mayoría de publicaciones no presentan, me gusta, comentarios, guardar.

### **Presentación de Power Media en Facebook:**

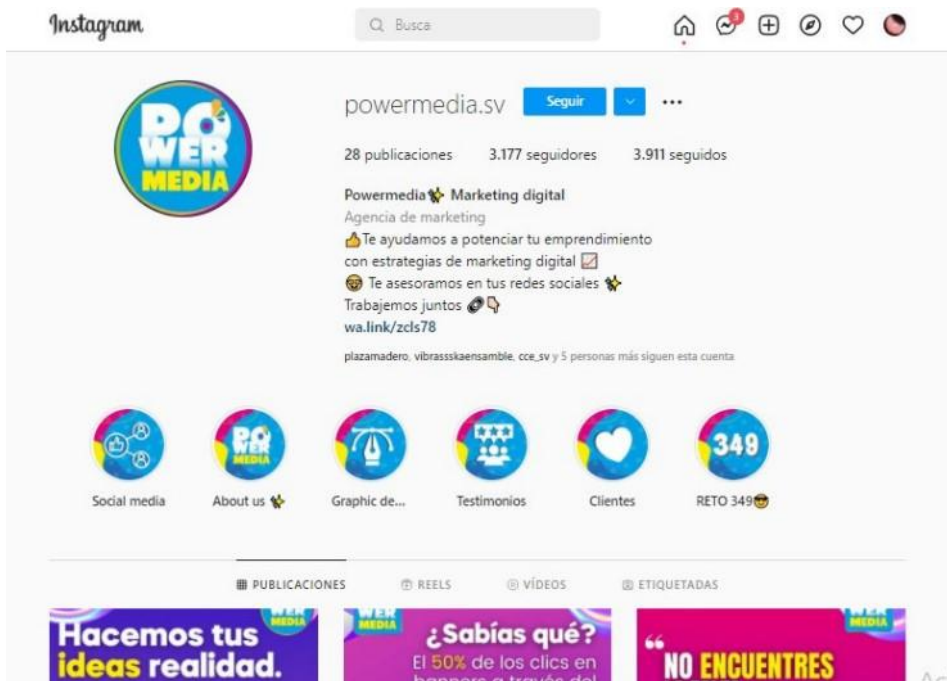




La agencia de Power Media cuenta con 504 seguidores en su plataforma de Facebook. Realiza publicaciones cada semana pero no cuenta con interacciones por parte de la audiencia.

Contiene información para los clientes potenciales como las formas de comunicarse con la agencia, su horario y sección de preguntas frecuentes.

### Presentación de Power Media en Instagram:





powermedia.sv • Seguir

powermedia.sv

El plan de contenidos se basa en la organización de la información que se va a presentar, con el propósito de cumplir los objetivos de la estrategia digital.

Trabajas en el sector que trabajes, tengas el público que tengas e, independientemente de si publicas todos los días, una vez a la semana o cinco al mes, necesitarás crear un plan de contenidos.

A falta de un plan, cuando se trabaja de manera improvisada, por impulsos, por modas etc., la alternativa es controlar el resultado a posteriori. Probar y experimentar. Pero de hecho este tipo de acción en el mundo digital puede ser perjudicial.

Tener un plan puede ser visto, al inicio, como algo que demanda mucho esfuerzo, pero piensa que puede darte más trabajo recuperar el tiempo perdido por no haber planificado antes.

80 sem

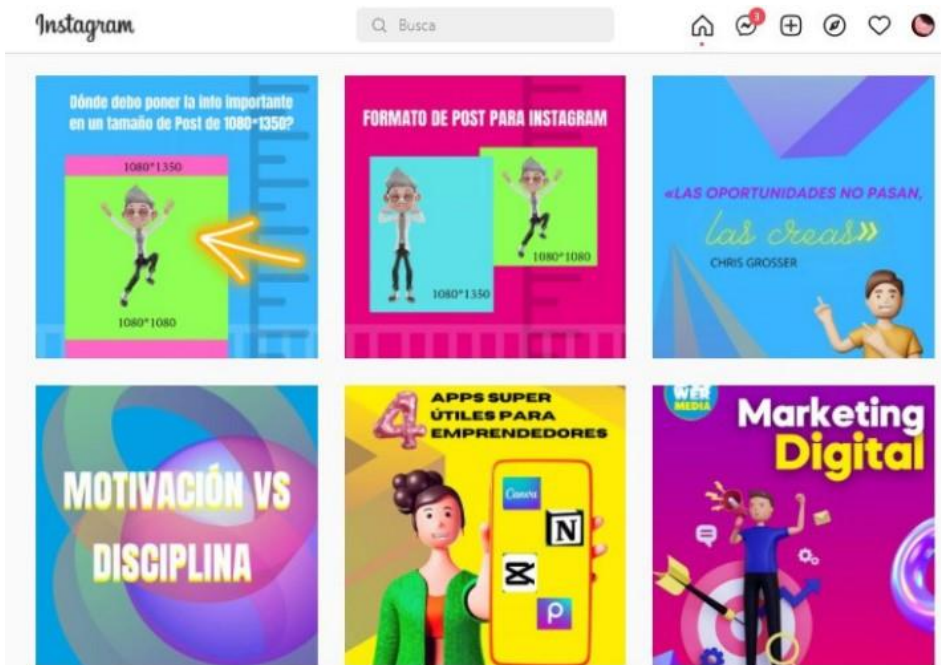
powermedia.sv #plandecontenidos #marketingdigitalelsalvador #marketingdigitallatinoamerica #communitymanager #communitymanagement #manejoredes #contentcreator #contentmarketing #marketingdigital #marketing

247 reproducciones

18 DE AGOSTO DE 2020

Añade un comentario...

Activar  
Publicar  
Ve a Cont...





La página tiene 3.177 seguidores, 3.911 seguidos y 28 publicaciones. Es de destacar que en su primera publicación tiene 247 likes y un comentario y en su última publicación cuenta con 13 likes y un comentario.

Es notorio como ha cambiado la dinámica de la página con sus clientes, se puede apreciar que son publicaciones orgánicas, cuenta con un plus a diferencia de las otras marcas menciona y es el hecho de contar con historias destacadas.

## **BUYER PERSONA**

El Buyer persona es la recopilación de características del público meta para cada marca o servicio. Se recopila información a partir de su etnografía y rasgos de estudio de mercado como: edad, sexo, costumbres, creencias, etc.

Entre más información se reúna del buyer persona a crear será de mejor alcance para la estrategia de marketing digital.

Las marcas y servicios pueden crear diferentes perfiles de buyer persona.

Presentación de los 3 perfiles de buyer persona creados para “Dimensión Community Manager”:



# CARMEN ACOSTA



50 años, madre soltera de 3 hijos, vive en la zona metropolitana de San Salvador. Se dedica a servicios inmobiliarios y de bienes raíces a nivel nacional.

## SITUACIÓN

Esta pasando por una etapa de desinformación tecnológica en el manejo de redes sociales. Quiere ofrecer sus servicios y expandir su negocio. Necesita promover casas y terrenos con fotos, videos y piezas gráficas

## OBJETIVO

Conseguir un asesor/a en contenidos multimedia, que se encargue de exhibir y expandir la cartera de clientes en redes sociales

## TEMOR

La situación actual refleja que Carmen tiene un número de propiedades que aún no vende y cree que las redes sociales pueden agilizar las ventas, pero el proceso de su uso se le dificulta

## SERVICIO

\*Consultaría en contenidos multimedia.  
\*Estrategia de contenido de valor visual con los respectivos copys.  
\*Calendario de contenido cada 15 días

# BALMORE CASTANEDA



Don Balmore Castaneda de 54 años de edad, casado con 4 hijos, vive e Santa Ana El Salvador. Es militar retirado, tiene un motel, pero no sabe manera redes sociales.

## SITUACIÓN

Don Balmore tiene como negocio un motel llegando a ciudad Marsella. Mucha gente se confunde de la ubicación de dicho motel. Abrió una página de Facebook para brindar aspectos informativos como: horario, muestra de instalaciones, servicio de comida y bebidas. A él se le dificulta el manejo de redes sociales y no cuenta con el tiempo para contestar mensajes en las plataformas digitales.

## OBJETIVO

Manejar las redes sociales del motel por un lapso de un mes como prueba para luego evaluar si hay aceptación informativa por parte de los posibles clientes.  
Impartir curso básico sobre el manejo de Facebook e Instagram, a 1 o 2 trabajadores del lugar como parte del fortalecimiento de la estrategia en la asesoría de manejo de redes sociales.

## TEMOR

Le preocupa estar perdiendo clientes, por no brindar información en las plataformas digitales, ya que también clientes extranjeros han solicitado paginas oficiales del lugar.

## SERVICIO

- Asesoramiento en manejo de redes sociales.
- Creación de dos calendarios, cada 15 días con sus respectivos posts y copys.

# ELIZABETH MENDOZA



Tiene 32 años, soltera sin hijos reside en la zona metropolitana de San Salvador, es secretaria de dentista. Está emprendiendo en la venta de jeans y accesorios para mujeres.

## SITUACIÓN

Desea obtener más ingresos económicos por lo que invirtió en comprar jeans y accesorios para mujeres y venderlos en línea. No tiene tiempo para trabajar en su marca porque necesita que se le hagan fotos y videos a sus productos para que visual y digitalmente atraiga a muchas compradoras.

## OBJETIVO

Toma de fotos y videos con cámara profesional a los productos y recreación de escenario para dichos artículos, luego editar el trabajo.

## TEMOR

Elizabeth está atravesando una dura situación económica por la cual decidió aventurarse en la venta. La estresa no contar con equipo ni tener idea de cómo promocionarse en las diferentes plataformas digitales

## SERVICIO

- Sesión de fotografía.
- Tomade vides.
- Edición de ambos.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Dar asesoramiento sobre publicación de contenido en las diferentes plataformas digitales.
- Crear estrategia para hacer piezas gráficas y copys.

### **OBJETIVOS GENERALES**

- Ofrecer a cada cliente un asesoramiento personalizado sobre el contenido a publicar.
- Promover la manera correcta de hacer piezas gráficas y copys para publicar en las diferentes plataformas digitales.
- Educar a los clientes sobre la importancia de crear contenido de valor para tener aceptación por parte de sus clientes potenciales.
- Promover las buenas prácticas del trabajo entre Community managers.

## CANALES DIGITALES

Las redes sociales escogidas fueron Facebook e Instagram por su fácil acceso y flujo informático por parte de la mayoría del público meta de la marca “Dimensión Community Manager”.



Facebook es una de las plataformas mas usadas a nivel mundial, se conecta con gran variedad de personas sin importar de que parte del mundo sean. Es de uso fácil y tiene la ventaja de que funciona en cualquier celular con sistema Android, IOS.

El público meta de la marca arroja que la mayoría de clientes potenciales tienen una cuenta de Facebook y es con la que más interactúan como plataforma digital.



Instagram ha marcado un alto índice de versatilidad en el marketing digital permitiéndole a los usuarios encontrar marcas o servicios. Una de las ventajas de esta plataforma es que el algoritmo de búsqueda va creando una gran gama de opciones para los consumidores.

Esta plataforma digital fue la otra opción del público meta de la marca para poder atraer clientes potenciales. Es de fácil acceso y uso en el cual se puede llegar a interactuar más con las personas.

## LÍNEAS DE CONTENIDO

De esta manera se pueden establecer ideas para trabajar en el contenido de valor de cada publicación aportando ideas y estructurando su contenido.

También ayudan a delimitar el rango temático de la estrategia de contenido, según los objetivos establecidos en la estrategia.

Algunas de las líneas de contenido son:

Servicios.

Brandig (marca, servicios, horarios de atención, preguntas frecuentes, etc.).

Contenido de valor.

Contenido multimedia.

Contenido audiovisual.

Piezas gráficas como: afiches, memorándum, memes, infografías, gifs, artes para ocasiones conmemorativas, gráficos, flayers, etc.

Fotografías y videos del antes y después.

Seguimiento de algún tema con piezas gráficas y copys.

Es importante que cada línea de contenido cuente con sus diferentes subtemas, con el fin de llevar un orden cronológico sobre cada publicación de la estrategia elaborada.

	<b>Educación</b>	<b>Atraer</b>	<b>Entretenimiento</b>	<b>vender</b>
<b>Justificación</b>	Reeducar sobre el trabajo de community manager en las plataformas digitales.	Busca hablar más de la marca, quienes somos y cómo contactarnos.	Pretende conectar con el cliente mediante un poco de realidad y humor.	Que el cliente vea y valore, que si necesita de mis servicios.
<b>Subtemas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Quién es el Community Manager?</li> <li>2. ¿Qué hace el Community Manager?</li> <li>3. Objetivos del Community Manager</li> <li>4. Habilidades del Community Manager.</li> <li>5. Funciones del Community Manager</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quienes somos como marca</li> <li>2. Importancia del Marketing de contenidos</li> <li>3. Metodología del Community Manager</li> <li>4. Herramientas del Community Manager</li> <li>5. Importancia del Community Manager</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tips sobre la personalidad profesional del Community Manager.</li> <li>2. Sabes para qué sirve la consultoría multimedia</li> <li>3. Trivia de conocimiento sobre el Community Manager.</li> <li>4. Consejos de fotografía básica</li> <li>5. Aspectos a considerar para fotografías en instagram</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beneficios del Marketing de contenidos.</li> <li>2. Tips para crear tu marca.</li> <li>3. Promocionar servicios de mi marca.</li> <li>4. Prueba gratuita de consultoría en contenido multimedia de tu marca</li> <li>5. Curso gratis "Quien no innova, no crece".</li> </ol>

## KEY PERFORMANCE INDICATORS O INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO (KPI)

Son los valores cuantitativos hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se llevan a cabo con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido mas efectivas a la hora de cumplir con los objetivos de la estrategia.

Las KPI'S se deben establecer de acuerdo a los objetivos de nuestra estrategia y consisten en:

**Visitas al perfil:** Número de veces que tu perfil ha sido visualizado.

**Impresiones:** Número de veces que todas tus publicaciones fueron vistas.

**Search & Explore:** Número de personas que han buscado por palabras clave o han encontrado tu publicación a través de la búsqueda en Explore.

**Alcance:** Número de cuentas únicas que han visto cualquiera de tus publicaciones.

**Seguidores:** Cuántos nuevos seguidores has logrado por medio de la publicación

**Hashtag:** Número de personas que encontraron la publicación a través de un hashtag.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Dar asesoramiento sobre publicación de contenido en las diferentes plataformas digitales.
- Crear estrategia para hacer piezas gráficas y copys.

### **OBJETIVOS GENERALES**

- Ofrecer a cada cliente un asesoramiento personalizado sobre el contenido a publicar.
- Promover la manera correcta de hacer piezas gráficas y copys para publicar en las diferentes plataformas digitales.
- Educar a los clientes sobre la importancia de crear contenido de valor para tener aceptación por parte de sus clientes potenciales.
- Promover las buenas prácticas del trabajo entre Community managers.



---

## OBJETIVOS

## KPI'S

### ASESORIAS

01

Ofertar el trabajo del Community manager por correos masivos

-PROMOVER LA MANERA CORRECTA DE HACER PIEZAS GRÁFICAS Y COPYS PARA PUBLICAR EN LAS DIFERENTES PLATAFORMAS DIGITALES.

02

Clicks, likes, me gusta, compartir

-EDUCAR A LOS CLIENTES SOBRE LA IMPORTANCIA DE CREAR CONTENIDO DE VALOR PARA TENER ACEPTACIÓN POR PARTE DE SUS CLIENTES POTENCIALES.

03

Likes, me gusta, compartir, guardar

-PROMOVER LAS BUENAS PRÁCTICAS DEL TRABAJO ENTRE COMMUNITY MANAGERS.

04

Likes, me gusta, compartir, guardar, Hashtag

---

## CALENDARIO DE PUBLICACIONES FACEBOOK

<b>CALENDARIO SEMANA DEL 4 AL 22 DE ABRIL 2022</b>					
<b>CALENDARIZACIÓN DE FACEBOOK</b>					
<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Pilar de contenido</b>	<b>Copy</b>	<b>Número de Pieza gráfica</b>
Lunes	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Marketingde contenidos #Asesoríadigital	1
	5:30 pm	Post	Atraer	Dimensión, te ayudaremos a atraer el potencial de tu marca. #Dimensión #Marketingdecontenidos #Asesoríadigital	2
Martes	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	3
	5:30 pm	Post	Educación	La importancia de conocer el trabajo del Community manager es para que conozca a los profesionales y sepas en quien confiar el trabajo digital de tu marca o servicio. #Dimensión #Marketingdecontenidos	4
Miércoles	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	5

	5:30 pm	Checklist	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	6
Jueves	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	7
	5:30 pm	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	8
Viernes	7:00 am	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	9
	5:30 pm	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	10
Lunes	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	11
	5:30 pm	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	12
Martes	7:00 am	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	13
	5:30 pm	Post	Atraer	Es importante que aprendas a identificar a los profesionales del marketing digital para el manejo y mejora de tu marca o servicio.  #Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	14
Miércoles	7:00 am	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	15

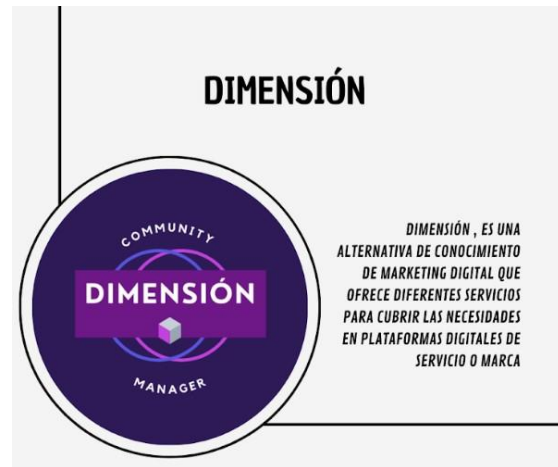
	5:30 pm	Post	Educación	Esta es la clave para el community manager #Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	16
Jueves	7:00 am	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	17
	5:30 pm	Checklist	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	18
Viernes	7:00 am	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	19
	5:30 pm	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	20
Lunes	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	21
	5:30 pm	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	22
Martes	7:00 am	Checklist	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	23
	5:30 pm	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	24
Miércoles	7:00 am	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	25
	5:30 pm	Plantilla gratis	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital	26

				#Marketingdecontenidos	
Jueves	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	27
	5:30 pm	Checklist	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	28
Viernes	7:00 am	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	29
	5:30 pm	Webinars	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	30

## PIEZAS GRÁFICAS FACEBOOK



1.



2.



3.



4.

Objetivos del Community Manager

- Ayudar al desarrollo del marketing online de la empresa y las estrategias de difusión
- Crear un sentido de comunidad en torno a la marca
- Ayudar a la estrategia web de la empresa
- Monitorear las conversaciones y eventos principales
- Participar en redes sociales
- Proteger en redes sociales los nombres de la marca
- Administrar, asegurar y mantener el éxito del blog de la empresa
- Asegurarse de que sea una herramienta viable para comunicar a los clientes de la empresa

5.



6.



**Importancia del marketing de contenido**

Hoy en día, la cantidad de información que podemos encontrar en internet a través de distintos medios, es amplia y variada, por ello es importante el contenido multimedia a la hora de diferenciarse, teniendo una evidente relevancia en las preferencias de búsqueda para el usuario, ya que es información a golpe de vista.

7.



**Habilidades del Community Manager**

- Ser paciente
- Metodológico
- Monitorizar qué dicen de la marca
- Proactivo: responder y buscar
- Debe ser un profesional formado para ello.
- Ordenado
- Ha de tener conocimientos de comunicación y marketing.
- Conoce el mercado en el que se mueve la empresa.
- Manejo de plataformas digitales.
- Capaz de resolver conflictos.
- La versatilidad es la clave.

8.

**BENEFICIOS DEL MARKETING DE CONTENIDOS**

- 1) Mejora el SEO.
- 2) Atrae más tráfico.
- 3) Más clientes.
- 4) Mejora la reputación.
- 5) Te diferencia de la competencia.
- 6) Fideliza clientes.
- 7) Reduce costos en publicidad.
- 8) Mejora la difusión de la marca.



9.

**ALGUNAS HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER**

- Programación de las publicaciones en las diferentes plataformas digitales
- Enriquecer los contenidos con tendencia de cada red social
- Mide las métricas de cada red social
- Mide la reputación de las marcas
- Conoce el impacto de las acciones en las diferentes plataformas

10.



11.

**Tips sobre personalidad profesional del Community Manager**

- **ABIERTO A CONOCER CONSTANTEMENTE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES**
- **RESPONSABLE**
- **PUNTUAL**
- **Le gusta comunicar y expresarse**
- **Creativo**

12.

**Funciones del Community Manager**

- \* Cumplir los objetivos de Marketing Digital
- \* Monetizar la marca
- \* Realización de calendario de publicaciones para cada red social
- \* Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad
- \* Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca

13.

**La importancia de un community manager**

Es el responsable de comunicarse con tu público objetivo en redes sociales para crear presencia de marca. Atrae más audiencia a través de diferentes tácticas y estrategias digitales y se mantiene actualizado a tendencias que responden a las necesidades e intereses de los usuarios.

14.



**¿Sabes para qué sirve la consultoría multimedia?**



Consiste en ofrecer al cliente la orientación y servicios que propicien el logro de los objetivos de un proyecto en las plataformas digitales de manera eficaz.

15.

**¿ QUÉ CONSIGUE EL MARKETING DE CONTENIDO?**



- Soluciona problemas
- Crear vinculos con las personas
- Posicionar busqueda
- Consigue aumentar las ventas

16.



**Prueba gratuita de consultoría**


EN TUS PLATAFORMAS DIGITALES

17.

**Lo que el Community Manager NO debe hacer**



- Dar de alta a una marca, negocio o empresa en todas las redes sociales.
- Borrar los comentarios negativos
- No ser constante en las publicaciones
- No le das importancia a las publicaciones e interacciones de tu competencia
- No agradecer los comentarios o contestar preguntas que te hacen los usuarios por falta de tiempo



18.



19.



20.



21.



22.



- 1) Mejora el SEO.
- 2) Atrae más tráfico.
- 3) Más clientes.
- 4) Mejora la reputación.
- 5) Te diferencia de la competencia.
- 6) Fideliza clientes.
- 7) Reduce costos en publicidad.
- 8) Mejora la difusión de la marca.

23.



- Soluciona problemas
- Posicionar búsqueda
- Crear vínculos con las personas
- Comunica valores
- Consigue aumentar

24.



25.



26.

HOLA QUE HACE



27.

## SERVICIOS QUE OFRECEMOS

- \*Consultoría en contenidos multimedia.
- \*Estrategia de contenido de valor visual con los respectivos copys
- \*Asesoramiento en manejo de redes sociales.
- \*Creación de calendarios
- \* Sesión de fotografías.
- \*Toma de vídeos
- \*Edición de ambos.





28.

**COMUNITY DIMENSIÓN MANAGER**

**-15%**

Estamos con el de descuento en asesorías

29.

**PARTICIPA EN NUESTRO CURSO GRATIS**

**"QUIEN NO INNOVA, NO CRECE"**

**ESTE PRÓXIMO 22 DE ABRIL A LAS 6:00PM**

30.

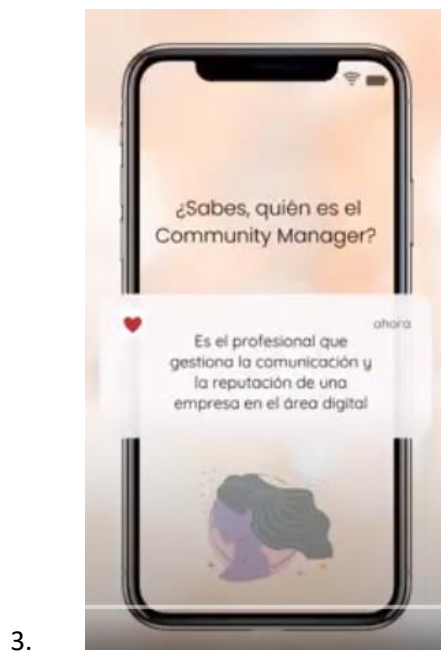
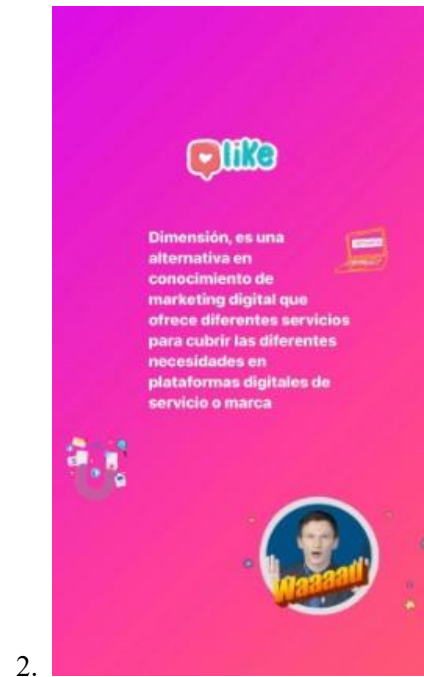
## CALENDARIO DE PUBLICACIONES DE INSTAGRAM

<b>CALENDARIO SEMANA DEL 4 AL 22 DE ABRIL 2022</b>					
<b>CALENDARIZACIÓN DE INSTAGRAM</b>					
<b>Fecha</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Pilar de contenido</b>	<b>Copy</b>	<b>Número de Pieza gráfica</b>
Lunes	7:00 am	Horarios	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	1
	5:00 pm	Presentación	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	2
Martes	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	3
	5:00 pm	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	4
Miércoles	7:00 am	Post	Venta	Sí, buscas una razón para contratar a un Community manager	5
	5:00 pm	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	6
Jueves	7:00 am	Checklist	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	7
	5:00 pm	Checklist	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	8
Viernes	7:00 am	Post	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital  #Marketingdecontenidos	9

	5:00 pm	Trivia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	10
Lunes	7:00 am	Checklist	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	11
	5:00 pm	Post	Educación	Hoy en día la afluencia de contenido digital es muy grande, pero, no todas cuentan con contenido de valor.	12
Martes	7:00 am	Checklist	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	13
	5:00 pm	Post	Atraer	Como todo profesional en su área, el Community manager necesita usar herramientas.  #Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	14
Miércoles	7:00 am	Checklist	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	15
	5:00 pm	Checklist	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	16
Jueves	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	17
	5:00 pm	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	18
Viernes	7:00 am	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital	19

				#Marketingdecontenidos	
	5:00 pm	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	20
Lunes	7:00 am	Tips	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	21
	5:00 pm	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	22
Martes	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	23
	5:00 pm	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	24
Miércoles	7:00 am	Historia	Atraer	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	25
	5:00 pm	Historia	Entretenimiento	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	26
Jueves	7:00 am	Historia	Educación	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	27
	5:00 pm	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	28
Viernes	7:00 am	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	29
	5:00 pm	Historia	Venta	#Dimensión #Asesoríadigital #Marketingdecontenidos	30

## PIEZAS GRÁFICAS INSTAGRAM





## LA IMPORTANCIA DE UN COMMUNITY MANAGER



Es el responsable de comunicarse con tu público objetivo en redes sociales para crear presencia de marca. Atrae más audiencia a través de diferentes tácticas y estrategias digitales y se mantiene actualizado a tendencias que respondan a las necesidades e intereses de los usuarios.

5.

## Habilidades del Community Manager

- ✓ Ha de tener conocimientos de comunicación y marketing.
- ✓ Debe ser un profesional formado para ello
- ✓ Conocimiento del mercado en el que se mueve la empresa
- ✓ Manejo de las plataformas digitales
- ✓ Capaz de resolver conflictos

6.

## Tips sobre personalidad profesional del Community Manager

- ABIERTO A CONOCER CONSTANTEMENTE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES
- RESPONSABLE
- PUNTUAL
- LE GUSTA COMUNICAR Y EXPRESARSE
- CREATIVO



7.

## Funciones del Community Manager

- Cumplir los objetivos del Marketing Digital
- Monetizar la marca
- Realización de calendario de publicaciones para cada red social
- Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad
- Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca

8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.

**SERVICIOS QUE OFRECEMOS**

- \*Consultoría en contenidos multimedia.
- \*Estrategia de contenido de valor visual con los respectivos copys
- \*Asesoramiento en manejo de redes sociales.
- \*Creación de calendarios
- \* Sesión de fotografías.
- \*Toma de videos
- \*Edición de ambos.

15.  



**TIPS PARA CREAR TU MARCA**

- Conocer el rubro de tu marca o servicio
- Tener objetivos de la marca
- Captar la esencia de tus productos
- Crear tu propio logo
- Saber hacer tráfico de SEO
- Saber las tendencias de las diferentes plataformas digitales

16. 

*La importancia de la foto en el mundo digital*

Las Plataformas digitales, se han vuelto un estilo de vida, por eso es importante saber que la fotografía es una de las herramientas más utilizadas al igual que los videos, se han desglosado en otros formatos, como reels, historias.

Una de las tendencias hoy en día es editar las fotografías y hacerlas más amenas a los ojos de los cibernautas.

17. 

**4 CONSEJOS DE FOTOGRAFÍA BÁSICA**

1. Buscar información y preguntar
2. Experimentar con los ajustes de la cámara
3. No comprar más equipo hasta que domines el que tienes
4. Imagina, planifica y crea

18. 

19.

**Aspectos a considerar para la fotografía:**

1. Composición
2. Luz
3. Volumen
4. Equilibrio
5. Simetría
6. Forma y textura

20.

**¿Sabes para qué sirve la consultoría multimedia?**

Consiste en ofrecer al cliente la orientación y servicios que propicien el logro de los objetivos de un proyecto en las plataformas digitales de manera eficaz.

21.

**Tips para crear tu marca**

- \* Conocer el rubro de tu marca
- \* Tener objetivos de la marca
- \* Captar la esencia de tus productos
- \* Crear tu propio logo
- \* Saber hacer tráfico de SEO
- \* Saber las tendencias de las diferentes plataformas digitales

22.

**Prueba gratuita de consultoría**

**Prueba gratuita de consultoría**



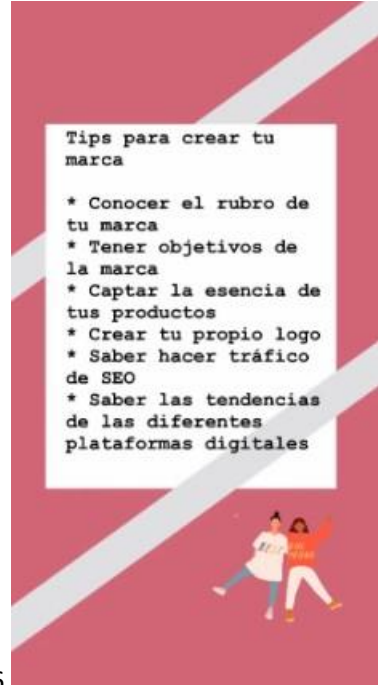
23.



24.



25.



26.

## OBJETIVOS DEL COMMUNITY MANAGER



- Ayudar al desarrollo del marketing online de la empresa y las estrategias de difusión
- Crear un sentido de comunidad en torno a la marca
- Ayudar a la estrategia web de la empresa
- Mantener las conversaciones y eventos pertinentes
- Participar en estos canales
- Promover en redes sociales los contenidos de la marca
- Administrar, organizar y mantener el índice del blog de la empresa
- Ser gestor de que sea una herramienta viable para comunicar a los clientes de la empresa





27.




Estamos con el de descuento en asesorías

28.

## SERVICIOS QUE OFRECEMOS

- \*Consultoría en contenidos multimedia.
- \*Estrategia de contenido de valor visual con los respectivos copys
- \*Asesoramiento en manejo de redes sociales.
- \*Creación de calendarios
- \* Sesión de fotografías.
- \*Toma de videos
- \*Edición de ambos.




29.



**Este viernes 22 te invitamos a ser parte del live, sobre el trabajo en las nuevas plataformas digitales a las 2:00 pm.**

30.

## REFERENCIAS

**Rosario Romay. (2018).** *¿Cómo medir tu rendimiento en Instagram?*. 2021, Septiembre 19, de Hotmark Blog Recuperado de <https://blog.hotmart.com/es/metricas-para-instagram/#>

<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>

**Cristhian Fuentes (2021).** *Líneas de contenido para estrategia digital*, Agosto 10. Recuperado de <https://www.casafuego.com/blog/marketing-digital-lineas-de-contenido>

**O.C Ferrel, Michael D. Hartline (2012).** *Estrategia de Marketing*. Recuperado de <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>