

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



**TÍTULO:**

***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL, MARCA PERSONAL: ELIZABETH HILARIO***

**PRESENTADO POR:**

**KATHERINE VANESSA MEJÍA MONZÓN**

**MM19094**

**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**

**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**

## **RECTOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

## **VICERRECTORA ACADÉMICA**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

## **VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

## **SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

## **DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

## **FISCAL GENERAL**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

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

**DECANO**

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**VICEDECANA**

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO

**SECRETARIA**

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

**DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

# **AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**  
LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

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

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

# Índice

<i>Resumen</i> .....	6
<i>Introducción</i> .....	7
<i>Análisis de la Situación</i> .....	8
<i>Descripción de la marca e información general:</i> .....	8
<i>Análisis FODA</i> .....	11
<i>Definición de Objetivos</i> .....	17
<i>Objetivos Generales:</i> .....	17
<i>Objetivos Específicos:</i> .....	17
<i>Identificación del público objetivo</i> .....	18
<i>Buyer Persona</i> .....	18
<i>Selección de Canales Digitales</i> .....	20
<i>Instagram</i> .....	20
<i>LinkedIn</i> .....	21
<i>Plan de contenidos</i> .....	22
<i>Línea de Contenido</i> .....	22
<i>Medición y Análisis</i> .....	23
<i>Calendario de Contenido</i> .....	25
<i>Anexos</i> .....	34
<i>Piezas Gráficas Instagram</i> .....	34
<i>Piezas Gráficas LinkedIn</i> .....	38
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	42

## Resumen

El presente informe tiene como finalidad reflejar los conocimientos adquiridos a lo largo del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, impartido para la carrera de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador. La especialización tuvo como objetivo realizar una estrategia de marca personal para un cliente (compañero de clase) y así dar a conocer los servicios y habilidades que el individuo posee para destacar en los Medios Digitales y Redes Sociales. Asimismo, se expone las acciones a ejecutar para potenciar de mejor manera la marca personal del cliente, con el fin de posicionarse en un determinado rubro para ofrecer los servicios dependiendo de la experiencia obtenida y poder ayudar a potenciales clientes a delimitar campos y obtener un mejor rendimiento en cada uno de los proyectos. Para desarrollar una marca, se debe crear una estrategia, la cual ayudará a determinar la imagen de la marca, ya que se incluye la paleta de colores, la tipografía, cronograma de publicaciones y todas aquellas acciones metódicas que ayuden a cumplir los objetivos establecidos. La finalidad del presente trabajo es reflejar la importancia de una estrategia digital para anticiparse a las necesidades del cliente y obtener resultados exponenciales de crecimiento, estabilidad en el medio y conseguir un posicionamiento en los medios digitales y las redes sociales.

**Palabras claves:** estrategia digital, redes sociales, medios digitales, posicionamiento, comunicadora, locución periodística, creación de contenido multimedia.

## **Introducción**

Con el surgimiento de la era digital y aparición de las redes sociales, las empresas iniciaron una pronta adaptación a las plataformas digitales, además, surge la comercialización profesional en los diferentes rubros del Periodismo y Marketing Digital.

Por consiguiente, las redes sociales y medios digitales se han vuelto indispensables para la promoción de servicios profesionales personales, para empresas y marcas, haciendo uso de las diferentes herramientas que los medios brindan, como apoyo visual y de audio para realizar el contenido dinámico y atractivo.

Como parte del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, se han visto las herramientas y técnicas correspondientes para la creación de contenido publicitario, entretenimiento, de valor, entre otros, las cuales han sido abordadas, para que cada alumno parte de la cátedra conozca y aprenda a manejar las diferentes plataformas digitales.

Por otra parte, en el presente trabajo se desarrolla la planeación e implementación de una Estrategia de Marketing Digital de una marca personal en específico (Elizabeth Hilario), la cual es creada de cero, para así bosquejar cada uno de los pasos brindados a lo largo del curso para dos redes sociales, LinkedIn e Instagram.

De este modo, se llevan a cabo publicaciones de contenido variado de la Estrategia de Marketing Digital en las redes sociales anteriormente mencionadas, en las cuales se publica: la creación del logo, objetivos, métricas, elaboración de FODA, análisis de competencia, líneas gráficas, creación de buyer persona para conocer el público meta y calendarización de las publicaciones.

## **Análisis de la Situación**

### ***Descripción de la marca e información general:***

La marca personal de Elizabeth Hilario está en sus primeros pasos; iniciando a promocionarse en los diferentes medios digitales, los servicios son variados, desde locución periodística a creación de contenido multimedia.

La identidad de la marca es creativa, transmite confianza y una imagen sencilla y concisa en la que a primera vista genere interés para el público meta, con la finalidad de lograr los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo. La fortaleza principal de la marca es compartir contenido verídico y rápido para generar confianza a la comunidad.

Elizabeth Hilario, Estratega Digital, es la marca personal ideal para la creación de contenido único, creativo, informativo y veraz, que es difundido en redes sociales por medio de publicaciones variadas interactivas y acompañadas de texto de valor que solucionan la problemática de contenido alterado y falso.

Asimismo, la marca ofrece una variedad de servicios que abarcan los diferentes formatos y rubros del periodismo como: comunicadora, creación de contenido multimedia (Fotografías, audio y video) y locución periodística,

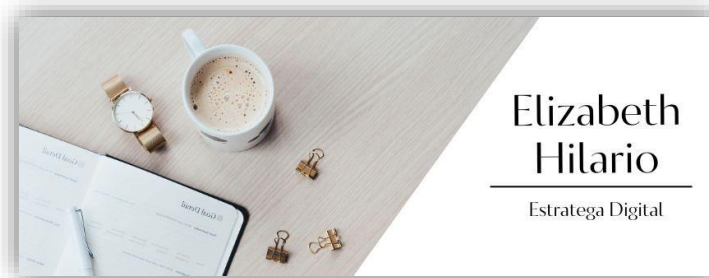
Elizabeth como estratega busca crear y publicar contenido de calidad bajo un calendario CM (Community Manager) en el cual se agenda las publicaciones correspondientes, tomando en cuenta el mes en el cual se compartirá el contenido, los días festivos y aquellos con simbolismo que impacten al público meta para obtener un crecimiento de la comunidad (seguidores) en cada una de las redes sociales a trabajar.

## ***Logo de la marca***

El fondo corresponde a la sencillez y formalidad que la marca busca transmitir, se utiliza un color frío y elegante y se acompaña de una tipografía clásica y entendible (Times New Roman).



Además, se implementa un cover para la red social LinKedIn en especial, en el cual se trabaja bajo las mismas tonalidades y se agrega una imagen minimalista para aportar color, la tipografía sigue siendo clásica y entendible (Circe Contrast).



## ***URL's de la marca:***

Instagram: [Elizabeth Hilario](#)

<https://www.instagram.com/elyhilario04?igsh=zdk1z2q5anpsohfv>

LinkedIn: [Elizabeth Hilario](#)

[https://www.linkedin.com/in/elizabeth-hilario-bbb923318?](https://www.linkedin.com/in/elizabeth-hilario-bbb923318?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=pro%20file&utm_medium=ios_app)

[utm\\_source=share&utm\\_campaign=share\\_via&utm\\_content=pro file&utm\\_medium=ios\\_app](https://www.linkedin.com/in/elizabeth-hilario-bbb923318?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=pro%20file&utm_medium=ios_app)

## ***Servicios de la Marca***

- *Análisis para la creación de la marca:* Realizar un diagnóstico de la situación y posición de la marca, los objetivos a lograr en el tiempo estimado, el presupuesto para una optimización de contenido y conocer qué tipo de estrategia se puede implementar.
- *Planificación de contenido para las diferentes redes sociales:* Elaborar un calendario CM, en el cual se priorice el contenido a difundir y el seguimiento correspondiente para obtener buenos resultados, en ejecución, rendimiento y aumento del público.
- *Estrategia de Marketing Digital:* Conocer el público y las tendencias para crear, organizar y llevar a cabo las correspondientes estrategias para un buen crecimiento y posicionamiento en el mercado, acompañado de los valores y objetivos principales de la marca.
- *Creación de contenido de valor / Gestión de redes sociales:* Constante monitoreo de las redes, alta interacción con la audiencia meta y mantener una buena relación con el cliente para conservar el público ya obtenido.

## ***Costos***

Paquete 1 \$300	Paquete 2 \$450	Paquete 3 \$600
Diagnóstico de la marca	Diagnóstico de la marca	Diagnóstico de la marca
Planificación de estrategia	Planificación de estrategia	Planificación de estrategia
	Ejecución y seguimiento de estrategia	Ejecución y seguimiento de estrategia
		Gestión y manejo de redes sociales

## *Análisis FODA*

El FODA, se utiliza para conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de un negocio o proyecto. Es una herramienta determinante que ayuda a identificar los elementos importantes y necesarios para establecer las estrategias de marketing.

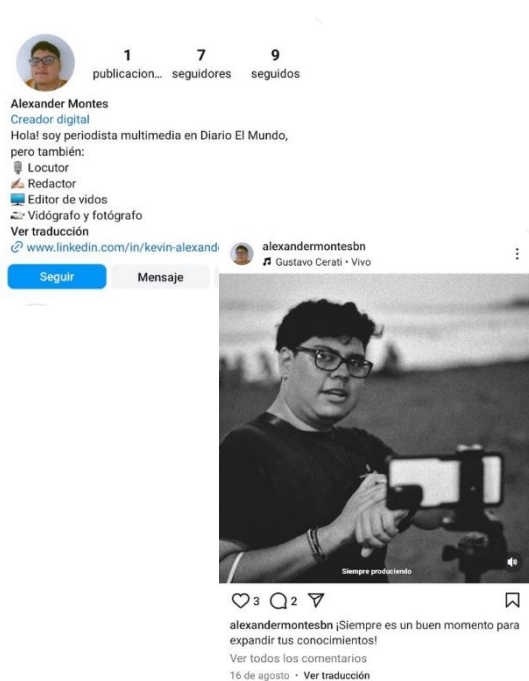
<i>FORTALEZAS</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Creación de contenido creativo y limpio.</li><li>• Transmitir contenido verídico y de calidad.</li><li>• Manejo de programas de edición (Adobe Premiere Pro, Photoshop, InDesign, Audition y Canva).</li><li>• Fácil adaptación de ambiente laboral y buenas relaciones interpersonales.</li><li>• La excelente atención al cliente y proactividad, nos diferencia del mercado laboral.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aprender nuevas técnicas de creación de contenido.</li><li>• Encontrar personas del medio que necesiten uno o varios de los servicios ofertados.</li><li>• Apertura de podcast o secciones en radio.</li><li>• Impartir cursos de locución, para abrir puertas y obtener ofertas laborales.</li><li>• Ampliar los servicios ofertados a los clientes.</li></ul>
<i>DEBILIDADES</i>	<i>AMENAZAS</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco equipo de trabajo.</li><li>• Alta competencia en el mercado.</li><li>• Dependencia del público objetivo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Imitación y competencia laboral constantemente.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco presupuesto para llevar a cabo la estrategia.</li><li>• No posicionar la marca como lo propuesto en los objetivos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cambio de las estrategias digitales y redes sociales.</li><li>• Riesgo reputacional.</li><li>• Los altos precios para la creación de contenido multimedia de calidad.</li><li>• No contar con el equipo de trabajo necesario.</li></ul>
---	---

## Competencia

En este apartado se analiza a otros especialistas salvadoreños que se dedican al mismo rubro, para así identificar la calidad de sus publicaciones con la finalidad de encontrar puntos de oportunidad de crecimiento, observando los aciertos y retomar aquellos que impulsen la marca personal del cliente, las competencias son retomadas de las cuentas de Instagram y LinkedIn.

## Instagram



### Alexander Montes

Cuenta con una amplia variedad de servicios, como audio, video y locución. Actualmente el perfil solo cuenta con una publicación, presentando al dueño del perfil y con una frase emotiva. Es un perfil con alto potencial, la diferencia consiste en los niveles de actividad para las publicaciones e historias, además, se posteará el proceso de edición y locución para que el público de una idea del detrás de cámaras y lo que conlleva este tipo de producciones.

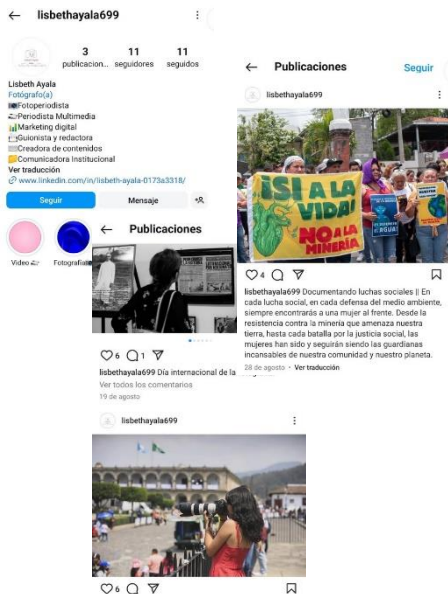
## Carlos J. Flores

La cuenta no es tana activa y es nivelado el nivel de publicaciones de la vida privada del usuario como los nuevos proyectos en los que está envuelto, además, cuenta con muchos highlights en donde da a conocer varios proyectos que ha realizado.

La diferencia de contenido está en la actividad de la cuenta para crear una comunidad sólida, compartir tips de cómo

realizar locución, enseñar como modular la voz y el proceso de estar laborando para una radio.

El usuario de este perfil cuenta con una trayectoria amplia en locución y actor de doblaje.



## Lisbeth Ayala

Lisbeth oferta una amplia variedad de servicios, en el cual destaca el periodista multimedia y comunicador institucional.

El perfil realiza una publicación por semana, compartiendo el arte de la fotografía, celebrando el día internacional de

fotografía y un pequeño mensaje sobre el medio ambiente y la

explotación minera. Este perfil cuenta con alto potencial, pero la usuaria se está enfocando en fotografía, la diferencia será el compartir reels sobre cobertura a eventos, como realizar contenido multimedia y compartir tips de edición de fotografía y video.

## LinkedIn

### Lorena Suguey Olivares

Cuenta con dos compartidos en contenido, ambas se realizaron hace una semana.

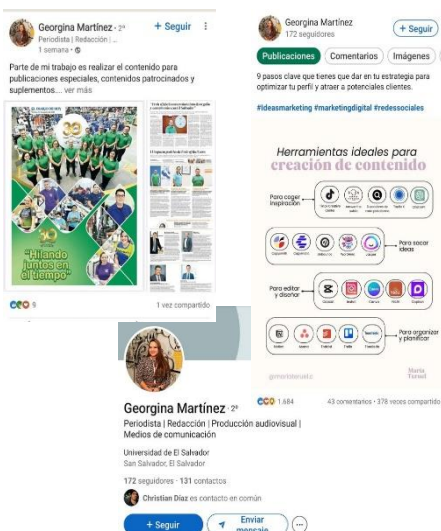
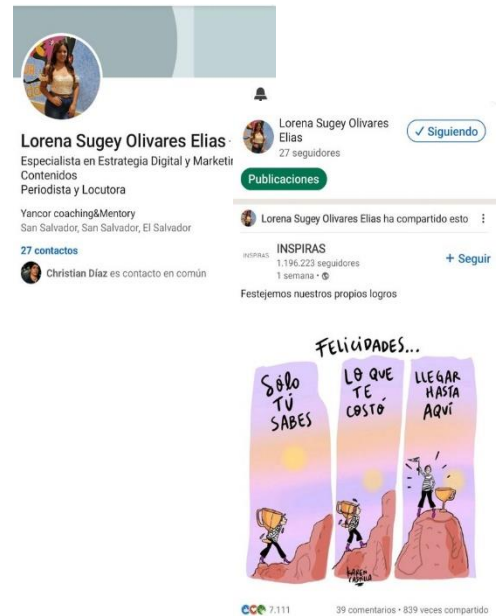
Ambas publicaciones son imagen + texto.

- Una de ellas es sobre logros personales
- la segunda publicación es sobre los KPI'S

Una publicación cuenta con el correo y número de teléfono.

La marca se enfocará en compartir contenido de cómo llevar a cabo una estrategia, como encontrar perfiles potenciales para los cuales trabajar e impartir tips de estrategias digitales.

Lorena cuenta con un perfil altamente competitivo ya que ofrece los servicios de Locución y es especialista en Estrategias Digitales y de Marketing.



### Georgina Martínez

Cuenta con un perfil experimentado en producción audiovisual y manejo de contenido multimedia.

Georgina compartió 36 publicaciones entre ellas está el formato de texto o imagen + texto, además, realizo dos publicaciones una por el día del periodista y otra sobre la celebración del 30

aniversario de Fruit of the Loom en la cual ella comparte la redacción, formato e imágenes utilizadas para dicho contenido especial.

La mayoría de las publicaciones es texto más imagen, pero suelen encontrarse reposteo de ofertas y perfiles laborales.

actualmente la marca se enfocará en compartir contenido de valor sobre tips de edición, cuales son las mejores aplicaciones para realizar edición de audio y video.

## Jimena McLeod

El perfil tiene poca interacción en 6 meses ha compartido seis publicaciones, de las cuales 4 son sobre valores y frases motivacionales, otra sobre la dificultad del marketing y una sobre el tributo a varias mujeres consultoras como parte del 8 de marzo.

La diferencia será la actividad al momento de compartir y crear contenido en la red, mayor actividad compartiendo tips de estrategias de marketing, nuevas tendencias a llevar a cabo marketing digital.

Jimena es una competencia debido a la experiencia adquirida y los servicios que ofrece de Estratega Digital y Marketer y cuenta con un plus de ser bilingüe lo cual le permite expandirse en el mercado.



## **Definición de Objetivos**

### ***Objetivos Generales:***

- Aumentar el número de seguidores en un 10% para un mes de servicio.
- Aumentar el número de publicaciones semanales a 4 y subir historias de contenido repostado, todos los días.

### ***Objetivos Específicos:***

- Conseguir 20 suscriptores en 2 días.
- Incrementar las ventas en un 10% utilizando las estrategias de marketing y tendencias de cada red social para atraer el mayor número de seguidores, para así expandir la comunidad ya establecida.
- Lograr un aumento exponencial del 20% de seguidores (con los que se inició la estrategia) para un periodo de 8 meses y aumentar la comunidad meta.

# Identificación del público objetivo

## Buyer Persona

En este apartado se definen los clientes ideales que como marca personal se busca para trabajar, son personas con características específicas a las que se puede brindar una guía, asesoramiento o impartir cursos dependiendo las necesidades del cliente y apoyo en los servicios que se necesite.

The infographic is set against a background image of a woman speaking into a microphone. It is divided into several sections:

- Locución Periodística**: A title section with a small image of a woman speaking into a microphone.
- Datos Personales**:
  - Edad: 35
  - Profesión: Periodista, locutora comercial
  - Cargo: Coordinadora Radio
  - Ubicación: Santa Tecla, El Salvador.
  - Carácter: Carismática, optimista e inteligente.
  - Experiencia: 8 años como Locutora
  - Nivel Educativo: Licenciatura en Periodismo
  - Habilidades: Excelente atención al cliente y modulación de voz.
  - Limitaciones: Poca creatividad para generar nuevo contenido.
- Temores**:
  - Transmitir noticias amarillista.
  - Que la locución de noticias y datos informativos no sea adecuada y eso cambie la intención del mensaje.
  - Tener un equipo desorganizado, poco proactivo y conflictivo.
- Intereses y pasatiempos**:
  - Gusto musical variado, le encanta escuchar podcast de diferentes temas.
  - Invierte tiempo en conocer nuevas estrategias que permitan mejorar su trabajo y ayudar a su equipo.
  - Uso de redes sociales constantes, sigue tendencias e interactúa con el público.
- Objetivos y necesidades**:
  - Fomentar en el personal una modalidad de locución apta para todo tipo de coberturas.
  - Poseer un equipo de trabajo capacitado que pueda entonar y modular la voz para transmitir el mensaje exacto deseado.
  - Proporcionar un contenido más dinámico y noticiosos con alta calidad.
  - Informar con veracidad, eficacia y ética en la brevedad posible.
- ¿Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones?**:
  - Creación de contenido único, informativo, veraz y creativo.
  - Redacción de publicaciones en SEO y uso de CTA para generar interés visualización de contenido generado.
  - Creación de espacios publicitarios y podcast sobre temas en tendencia y de índole informativo.
  - Apoyo en la producción de contenido multimedia, como ringtones, pausas, spots publicitarios y demás contenido de audio.

## Comunicadora

### Datos Personales

Edad: 47  
 Profesión: Comunicadora, periodista, SEO  
 Cargo: Jefa de piso  
 Ubicación: Santa Tecla, El Salvador.  
 Carácter: Exigente y comprensiva, inteligente y amigable.  
 Experiencia: 3 años como Jefa de piso  
 Nivel Educativo: Licenciada en comunicaciones con un master en Locución.  
 Limitaciones: Bajo conocimiento en estrategias de marketing digital.



### Intereses y pasatiempos

- Les encanta dedicar tiempo a su cuidado personal.
- Pasatiempo favorito es conocer nuevas tendencias, a través de la navegación web y redes sociales.
- Viajar, convivir con familia y amigos.

### Objetivos y necesidades

- Tener en su equipo a personas carismáticas, con personalidad y buena actitud.
- Personal altamente capacitado, sin miedo a la cámara y con mucho dinamismo.
- Comunicadores autodidactas, proactivos y de buena apariencia. Inteligentes y con grandes ideas comunicacionales.
- Convivir con personal extrovertido, que interactúe con el público y que utilice de manera favorable y beneficiosa las redes sociales.

### Temores

- Transmitir, a través del comunicador un contenido aburrido, sin dinamismo.
- Mantener monótono el contenido, sin vida.
- No incrementar métricas mensualmente.
- No satisfacer los gustos y necesidades del público objetivo.
- Propiciar una mala imagen.


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

- Implementación de un calendario CM para tener el control del enfoque, publicaciones, objetivos e impulsar los medios de la empresa.
- Creación de material audiovisual y de audio.
- Optimización de redes sociales por medio de la estrategia digital para generar tráfico en redes sociales y obtener la meta de público objetivo.

## Creación de Contenido Multimedia

### Datos Personales

Edad: 27  
 Profesión: Comunicadora y Relacionista Público  
 Cargo: CEO de su propia empresa, marca  
 Ubicación: San Salvador, El Salvador.  
 Carácter: Dinámicas, interactivas y carismáticas.  
 Experiencia: 2 años dirigiendo su propia empresa  
 Nivel Educativo: Egresado en Administración de Empresas.  
 Habilidades: Excelente relaciones interpersonales y conocimiento en Redes Sociales.  
 Limitaciones: Poca creatividad y constante reposteo del mismo contenido.



### Objetivos y necesidades

- Crear contenido limpio, atractivo e innovador que permita incrementar ventas.
- Posicionarse como una de las mejores en su rubro, gracias a contenido que se ofrece en redes sociales.
- Mantener un plan de creación y publicación de contenido adecuado, ordenado y creativo.
- Jugar con el contenido, mezclar formatos, colores, estéticas y escenarios.
- Mantener buena comunicación con su comunidad virtual.

### Intereses y pasatiempos

- Les encanta la moda, el baile, la música, estar frente a cámara y participar en eventos de influencers.
- Uso de redes sociales, aplicación de tendencias y hablar con sus público.
- Viajar, adquirir ideas extranjeras e implementarlas en su negocio.

### Temores

- Compartir contenido aburrido y sin gracia. No mantenerla creatividad e innovación.
- Estancar el contenido y la ventas de los productos.
- El número de seguidores en redes. El objetivo es crecer.
- Ser superadas por la competencia en ventas, seguidores y calidad de contenido en redes sociales.

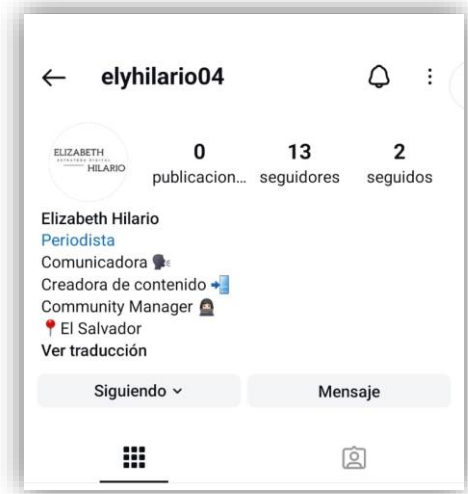
### ¿Cómo puede ayudarle la Especialista en Comunicaciones?

- Creación de contenido de valor, utilizando las 4p para promocionar la empresa y atraer seguidores.
- Implementar una estrategia para atraer nuevos seguidores, conservar la comunidad creada y convertirlos en compradores, cumpliendo los objetivos de público meta.
- Implementación de un calendario CM para un mejor control de publicaciones y mantener el enfoque deseado.

## Selección de Canales Digitales

### *Instagram*

- Dicha red social ha sido seleccionada por qué es una de las principales redes usadas por los jóvenes.
- Asimismo, cuenta con herramientas de difusión como son los reels, en los cuales se puede compartir los avances de la estrategia, las publicaciones y realizar más dinámico y creativo el proceso de postear contenido.
- Los hashtags son las grandes ventajas con esta red, ya que el usuario solo da click en el hashtag y automáticamente le saldrán publicaciones que usen este tipo de CTA o similares.
- Es una aplicación en la que se pueden compartir “pensamientos” e historia con una duración de 24 horas.
- La publicidad es fácil de llevar si se siguen las tendencias del momento, apoyadas de audio y video, lo cual atraerá clics al perfil y seguirá en cadena con seguidores y se genera una comunidad que al final serán compradores o inversores de la marca.
- La facilidad de la plataforma es de los principales atrayentes agregando material a las historias, ya sea nuevo o repostado, para así atraer seguidores.



Todas estas razones convierten a la red social Instagram en la plataforma ideal para la difusión de contenido, generando tráfico y atraer y mantener los seguidores para un crecimiento exponencial de la cuenta y sobre todo de la marca, hasta posicionarla entre una de las mejores.

## *LinkedIn*

- Esta red social ha sido seleccionada por la calidad de contenido que otras empresas y marcas personales comparten para el crecimiento dentro de la aplicación.
- Además, se puede apreciar trabajos relacionados a la marca que pueden servir de guía e inspiración para realizar alguna publicación.
- Es una plataforma con un público más maduro y profesional, en la cual las empresas y marcas centran más sus esfuerzos de contrataciones y propuestas laborales o simplemente compartir los resultados y logros de nuevas estrategias.
- Es un mercado altamente competitivo, con profesionales especializados en el mismo rubro o diferentes de los cuales se puede aprender o agregar cosas a nuestro perfil que a ellos les haga falta.
- La difusión de contenido no es tan fácil como en Instagram, pero las personas correspondientes estarán interesadas en dicho contenido, al ser contenido de valor y que aporte a nuevas cuentas.



Es por esto que LinkedIn la convierte en la red social ideal de difusión de contenido, ya que es contenido de valor colocado estratégicamente para un público reducido, pero con mayor interés de reproducir lo transmitido.

# Plan de contenidos

## Contenido de Estrategia de Marketing Digital

<b>Marketing de contenidos</b>	<b>Branding</b>	<b>Ventas</b>	<b>Interacciones</b>
Video Informativo	Podcast	Cupones	Sorteo de Concurso
Tutoriales	Presentación	Webinar o Master Class	Q & A
Sabías qué..	Infografía	Contenido Promocional	Encuestas
Truco o Hack	-	Trivia	Video Tutorial

## Contenido de Estrategia de Marketing Digital – Keyword

<b>Marketing de contenidos</b>	<b>Branding</b>	<b>Ventas</b>	<b>Interacciones</b>
Tips de Edición	Marketing de Contenidos	Publicidad	Contenido de Calidad
Como crear Contenido SEO	Posicionamiento de la Marca	Colaboración	Doblaje
Las 4p de Marketing	Comunicación	Diseño Gráfico	Fotografía
Locución Profesional	Locución Comercial	Promoción	Edición de Videos
Construcción de una Marca	Consumidor	Nuevos Seguidores	Periodismo
Estrategia Digital	Afinidad de Marca	Compradores Potenciales	Cursos de Marketing
Como crear una estrategia digital	Imagen Corporativa	Nuevas Tendencias de Contenido	Periodismo Multimedia
Como crecer en Redes Sociales	Crecimiento de Seguidores	Crecimiento Exponencial	Contenido de Valor
Uso de herramientas de Edición	Medios de Comunicación	Servicio al Cliente	Comunicación Visual
Producción Audiovisual	Redacción Multimedia	Videos Virales	Cursos de Locución

## ***Línea de Contenido***

La línea de contenido se basa en el plan de contenidos de la Estrategia de Marketing Digital, la cual es importante para optimizar el tipo de contenido a compartir siguiendo la regla 70 – 20 – 10 y apoyándose de palabras claves estrechamente relacionadas con el contenido y la estrategia.

70% Contenido de valor (Marketing de Contenidos y Branding)

20% Contenido que genere interacción (Interacciones)

10% Contenido de venta (Ventas)

## Medición y Análisis

Para que la estrategia sea un éxito se deben definir los KPI, que ayudan a la optimización y confirmación de obtener los resultados esperados y haber alcanzado los objetivos propuestos0

- Aumentar el número de seguidores en un 10% para un mes de servicio.

Tasa de crecimiento de seguidores (Follower Growth Rate): Porcentaje de aumento de seguidores en un período determinado.

- Conseguir 20 suscriptores en 2 días.

Número de seguidores (Followers): Cantidad de personas que siguen tu cuenta.

Tasa de crecimiento de seguidores (Follower Growth Rate): Porcentaje de aumento de seguidores en un período determinado.

- Incrementar las ventas en un 10% utilizando las estrategias de marketing y tendencias de cada red social para atraer el mayor número de seguidores, para así expandir la comunidad ya establecida.

Engagement: Interacciones que los usuarios tienen con tu contenido, como likes, comentarios, compartidos, clics en enlaces.

Tasa de interacción (Engagement Rate): Porcentaje de interacciones en relación con el número de seguidores o el alcance del contenido.

- Aumentar el número de publicaciones semanales a 4 y subir historias de contenido repostado, todos los días.

Tasa de retención de historias (Story Retention Rate): Porcentaje de personas que ven todas las diapositivas de tu historia en comparación con el número de personas que vieron solo la primera.

Clics en visitar la biografía: Número de clics para ver el perfil desde una historia.

Clics en el enlace de la historia (Story Link Clicks): Número de clics en enlaces añadidos a las historias.

- Lograr un aumento exponencial del 20% de seguidores (con los que se inició la estrategia) para un periodo de 8 meses y aumentar la comunidad meta.

Tasa de crecimiento de seguidores (Follower Growth Rate): Porcentaje de aumento de seguidores en un período determinado.

Engagement: Interacciones que los usuarios tienen con tu contenido, como likes, comentarios, compartidos, clics en enlaces.

# Calendario de Contenido

La estrategia fue realizada para un mes de publicaciones, tomando el mes de diciembre que es uno de los más concurridos y con más iniciativas e ideas para empezar el siguiente año y que mejor propósito de año nuevo que empezar a crecer y publicar contenido para las redes sociales y en un futuro poder generar ingresos por medio de los medios digitales.

CALENDARIO DE CONTENIDO- DICIEMBRE								
		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA	1	 PRESENTACIÓN	 SABÍAS QUE...		 VIDEO INFORMATIVO	 CUPONES	 ENCUESTA	 INFOGRAFÍA
	2	 TRUCO O HACK	 VIDEO TUTORIAL	 VIDEO TUTORIAL	 CONTENIDO PROMOCIONAL	 PODCAST	 SABÍAS QUE...	 SABÍAS QUE...
	3	 TRUCO O HACK	 VIDEO TUTORIAL	 VIDEO INFORMATIVO	 SABÍAS QUE...	 SONDEO DE CONCURSO	 INFOGRAFÍA	 SABÍAS QUE...
	4	 TRUCO O HACK	 VIDEO INFORMATIVO	 INTERACCIÓN CON SEGUIDORES	 PODCAST	 CONTENIDO PROMOCIONAL	 SABÍAS QUE...	 WEBINAR O MASTER CLASS

## Calendario Mensual de Instagram – Diciembre 2024

### Calendarización

Semana	Día / Hora	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy
Semana 1 (2 - 8)	Lunes 11:00 am	Presentación	Branding	<p>¡Hola! Soy Elizabeth Hilario, Periodista y cuento con una Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales.</p> <p>Si deseas crecer en redes y posicionar tu negocio en el medio, sígueme ya que compartiré muchos trucos, información y una clase de cómo lograrlo.</p> <p>Cuéntame ¿Qué te gustaría aprender sobre medios digitales?</p> <p><b>#construcciondeunamarca #comunicacion #periodismo #redaccionmultimedia #estrategiadigital #posicionamientodelamarca</b></p>
	Jueves 5:00 pm	Video Informativo	Marketing de Contenidos	<p>Las redes sociales son uno de los mejores medios para llegar a las audiencias comerciales, por medio de las estrategias de marketing y como consecuencia de esa facilidad de compartir el contenido, se convierte en un desafío el llamar la atención de tu posible cliente.</p> <p>Es por eso, que en este pequeño video te comparto 7 consejos de cómo lograr destacar entre la multitud.</p> <p><b>#construcciondeunamarca #produccionaudiovisual #redaccionmultimedia #videosvirales #ediciondevideos #contenidodevalor</b></p>
	Sábado 4:00 pm	Encuestas	Interacciones	<p>¿Qué tema prefieres para un podcast?</p> <p>*¿Cómo utilizar SEO y KPI?</p> <p>*¿Cómo posicionar una marca?</p> <p>*Pasos para crear una Estrategia de Marketing</p> <p>Temas importantes para el crecimiento y posicionamiento de la marca, con pasos pequeños se obtienen grandes resultados</p> <p>Déjame en comentarios que tema prefieres y que otro tema te gustaría aprender</p> <p><b>#periodismo #contenidodevalor #periodismomultimedia #comunicacionvisual #crecimiento exponencial #nuevastendenciasdecontenido</b></p>

Semana 2 (9 - 15)	Lunes 9:00 am	Truco o Hack	Marketing de Contenidos	<p>Hablar ante cámara puede ser difícil, pero no imposible.</p> <p>En este video te muestro un par de consejos para que logres hablar ante una cámara sin perder tu esencia y sin monotonías.</p> <p>Es importante tener en claro que es un entorno controlado, debido a que tienes que tener un lugar en que te sientas tranquilo y cómodo, escoger un fondo liso para no desviar la atención de ti y la iluminación es muy importante.</p> <p><b>#estrategiadigital #nuevosseguidores #ediciondevideo #fotografia #diseñografico #comunicacion</b></p>
	Martes 2:00 pm	Video Tutorial	Interacciones	<p>¿Conoces este truquito de Capcut?</p> <p>La pantalla verde es una técnica a utilizar en postproducción, en donde se interponen secuencias e imágenes sobre la base de la gama cromática</p> <p><b>#ediciondevideos #contenidodecalidad #fotografia #diseñografico #colaboracion</b></p>
	Viernes 12:00 pm	Podcast	Branding	<p>Ya conoces que son los KPI, son métricas cuantitativas que muestran el progreso de tu negocio hacia los objetivos ya planteados, es un recurso fundamental en el marketing online.</p> <p>Si te gustaría conocer más sobre el tema, te invito a que escuches el podcast, en el cual se profundiza más sobre el tema y te ayudaré a utilizarlos para que tu negocio prospere.</p> <p><b>#promocion #contenidodecalidad #crecimientoexponencial #cursosdemarketing #afinidademarca</b></p>
	Domingo 3:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>Los planos en fotografía y cine hacen referencia al objeto o personaje que está dentro del encuadre, indicando cuales serían los mejores cortes para centrarse en el protagonista de nuestro encuadre sin descuidar la proporción adecuada y así conservar la estética de la imagen.</p> <p>Cada plano nos proporciona información diferente, por ejemplo:</p> <p>*Plano General Largo, proporciona información de localidades, escenarios o multitudes, en donde los personajes se minimizan o confunden con el entorno, este tipo de plano aporta valor descriptivo.</p> <p><b>#fotografia #diseñografico #usodeherramientasdeedicion #mediosdecomunicacion #doblaje</b></p>
Semana 3 (16 - 22)	Martes 10:00 am	Tutoriales	Marketing de Contenido	<p>El blog es una herramienta digital y canal de comunicación en donde los usuarios pueden resolver y compartir dudas e información.</p>

			<p>Es una página web en donde se comparte artículos, contenido novedoso o temas en específico, es por eso, que en este video te muestro una de las herramientas de google.</p> <p>Ahora ya sabes cómo crear un blog y compartir tu contenido de preferencia con el público en general.</p> <p><b>#usodeherramientasdeedicion #tipsdeedicion #comocrearcencontenidoseo #marketingdecontenidos #estrategiadigital #colaboracion</b></p>
Miércoles 5:00 pm	Video Informativo	Marketing de Contenidos	<p>¡Los grandes presentadores de radio no nacen, se hace!</p> <p>La experta Kate Cocker brinda 7 consejos para destacar en la industria de la radio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Conozca a su oyente</li> <li>*Haz que tu oyente se preocupe</li> <li>*Habla con una persona</li> <li>*Estar a cargo</li> <li>*Aprende las reglas y luego rómpelas</li> <li>*Haz del micrófono tu compañero</li> <li>*Sé tú mismo</li> </ul> <p><b>#locucioncomercial #cursosdelocucion #locucionprofesional #marketingdecontenido #contenidodevalor #periodismomultimedia</b></p>
Sábado 6:00 pm	Infografía	Branding	<p>La radio es un medio de comunicación a distancia que a través de ondas electromagnéticas transportan señales de audio.</p> <p>Además, fue de las primeras maneras de comunicarse con otros seres humanos a la distancia, debido a este suceso alrededor del mundo surgieron varios radioaficionados y no hubo otra tecnología que igualará tal impacto hasta el advenimiento del internet a finales del siglo XX.</p> <p>¿Conoces cómo funciona la radio?</p> <p><b>#contenidodevalor #tipsdeedicion #locucionprofesional #mediosdecomunicacion #locucioncomercial</b></p>
Domingo 8:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>Las 4P son la fórmula perfecta para resultados exponenciales en ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Promesa / Promise</li> <li>*Escenario / Paint</li> </ul>

				<p>*Prueba Social / Proof</p> <p>*Llamada a la acción / Push</p> <p><b>#marketingdecontenidos #las4pdemarketing #contenidodevalor #promocion #cursosdelocucion #comocreearcontenidseo #contenidodecalidad</b></p>
Semana 4 (23 - 29)	Lunes 11:00 am	Truco o Hack	Marketing de Contenidos	<p>La modulación de voz es una de las herramientas poderosas de la comunicación, el tono, resonancia, expresividad, volumen, ritmo, pausas, cadencia y claridad.</p> <p>Te comparto 5 trucos para modular la voz y destacar en el medio.</p> <p><b>#locucionprofesional #locucioncomercial #cursosdemarketing #cursosdelocucion #crecimientoexponencial #periodismo</b></p>
	Miércoles 3:00 pm	Preguntas y Respuestas	Interacciones	<p>¡Miércoles de curiosidades!</p> <p>Mi turno de preguntar y ver que tanto conoces sobre los temas, luego yo compartiré mi conocimiento</p> <p>¡Vamos a jugar!</p> <p><b>#consumidor #servicioalcliente #marketingdecintenido #mediosdecomunicacion #crecimientoexponencial</b></p>
	Viernes 10:00 am	Contenido Promocional	Ventas	<p>¡No pierdas la oportunidad de elevar tu marca a nivel profesional!</p> <p>A final de mes impartiré una clase de cómo moverte en los Medios Digitales, para crecimiento de tu negocio y cuentas de redes sociales</p> <p>Envíame mensaje y aprovecha de un 20% de descuento.</p> <p><b>#publicidad #promocion #marketingdecontenidos #comocreerredessociales #crecimientodeseguidores #imagicorporativa</b></p>
	Sábado 5:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>En la publicación del día de hoy, te comparo los 3 niveles de la pirámide invertida.</p> <p>Es una estructura ganadora que se usa para ofrecer contenido legible, indispensable, claro y concisos, atrayendo la atención del cliente en los primeros párrafos.</p> <p><b>#produccionaudiovisual #redaccionmultimedia #mediosdecomunicacion #comunicacionvisual #contenidodevalor #imagicorporativa</b></p>

Calendario Mensual de LinkedIn – Diciembre 2024				
Calendarización				
Semana	Día / Hora	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy
Semana 1 (2 - 8)	Martes 2:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>Existe una fórmula para que tu contenido pueda ser difundido de manera eficaz.</p> <p>El día de hoy te presento las 4p y cómo puedes utilizarlas para que tu contenido entre en los algoritmos correspondientes y puedas crecer en los medios digitales.</p> <p><b>#compradorespotenciales #las4pdemarketing #publicidad #crecimientodeseguidores #cursosdemarketing</b></p>
	viernes 12:00 pm	Cupones	Ventas	<p>IMPORTANTE</p> <p>El día de hoy contamos con promociones únicas, envíame uno de los cupones a dm de Instagram para validar la promoción.</p> <p>Recuerda la clase será el último domingo del año.</p> <p>¿Qué esperas para inscribirte y convertirte en un experto en posicionamiento de marcas en los medios digitales?</p> <p><b>#construcciondemarca #comocrecerenredessociales #compradorespotenciales #crecimientoexponencial #comunicacionvisual</b></p>
	Domingo 11:00 am	Infografía	Branding	<p>La locución consiste en hablar y expresar ideas, pensamientos o emociones por medio de la voz.</p> <p>Para poder tener una correcta locución es de trabajar constantemente en la respiración y dicción, ya que locutar no solo es comunicar el mensaje, sino que hay que llamar la atención y seducir al oyente y sobre todo simpatizar con él.</p> <p>¿Conocías los tipos de locución?</p> <p><b>#locuioncomercial #locucionprofesional #doblaje #publicidad #imagencorporativa #consumidor</b></p>
Semana 2 (9 - 15)	Lunes 1:00 pm	Video Informativo	Marketing de Contenidos	<p>Para conseguir un crecimiento en redes, debes cumplir con las ventajas competitivas y tener el diferenciador apto para destacar de los demás contenidos.</p> <p>Es por eso que te presento 6 estrategias para obtener buenos resultados:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>*Usar de manera inteligente los recursos</li> <li>*Enfócate en lo que la competencia NO está haciendo</li> <li>*Establece una conexión con tus clientes</li> <li>*Refuerza las cualidades diferenciadoras</li> <li>*Crea valor</li> <li>*Personifica tu marca</li> </ul> <p><b>#estrategiadigital #promocion #comocreearunaestrategiadigital #crecimientoexponencial</b></p>
Miércoles 6:00 pm	Tutoriales	Marketing de Contenido	<p>¿Tienes miedo de hablar ante una cámara? Te presenté 3 tips para que puedas desenvolverte frente a cámara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Uso de lenguaje corporal</li> <li>*Buena postura</li> <li>*Aprovecha tu voz</li> </ul> <p><b>#locucionprofesional #periodismo #locucioncomercial #estrategiadigital #doblaje #cursosdemarketing</b></p>
Jueves 9:00 am	Contenido Promocional	Ventas	<p><b>PROMOCIÓN</b></p> <p>Inscríbete al curso gratuito de Medios Digitales y Redes Sociales, aprende a crecer en las diferentes plataformas y logra tus objetivos. Los primeros 5 en escribirme recibirán un 75% de descuento. ¿Qué esperas para echar a andar tus metas y posicionar tu marca en el mercado?</p> <p><b>#estrategiadigital #promocion #servicioalcliente #comunicacion #posicionamientodelamarca #publicidad #colaboracion</b></p>
Sábado 3:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>Las redes sociales están llenas de contenido muy variado, pero no todo el contenido es apropiado o enriquecedor, es por eso, que te presento las reglas para que logres crear contenido de valor siguiendo la regla 50-20-20-10</p> <p><b>#estrategiadigital #contenidodevalor #comocreearunaestrategiadigital #prmocion #atencionalcliente</b></p>

Semana 3 (16 - 22)	Lunes 4:00 pm	Truco o Hack	Marketing de Contenido	<p>La voz es una gran herramienta para los medios digitales, dicho esto te presento 3 técnicas de modulación de voz que te ayudarán a destacar en tu contenido y en tu posicionamiento en el medio.</p> <p>*Entonación *Pausas *Énfasis</p> <p>Si te gustaría una segunda parte de técnicas o consejos de modulación de voz, déjame saber en los comentarios.</p> <p><b>#doblaje #locucioncomercial #locucionprofesional #mediosdigitales #periodismo #publicidad</b></p>
	Martes 4:00 pm	Video Informativo	Marketing de Contenidos	<p>El periodismo es un amplio campo de investigación, de producción visual, textual y mucho más.</p> <p>Es por eso que te presenté los tipos de periodismos que existen.</p> <p><b>#periodismo #produccionaudiovisual "contenidodevalor #estrategiadigital #colaboracion #locucioncomercial</b></p>
	Jueves 8:00 pm	Sabías que...	Marketing de Contenidos	<p>Las Landing pages fueron diseñadas para captar la atención de los visitantes</p> <p>Es importante conocer los tipos de landing pages que existen, como captar la atención (con título e imágenes) y como ubicar el contenido siguiendo una estructura predestinada, para que tu sitio web tenga éxito</p> <p>Si tienes alguna duda, déjame en comentarios o envíame un DM para solventarlas.</p> <p><b>#locucioncomercial #publicidad #contenidodevalor #estrategiadigital #periodismomultimedia #colaboracion</b></p>
	Viernes 2:00 pm	Sondeo de Concurso	Interacciones	<p>¡El día de hoy les comparto a los ganadores de los cupones!</p> <p>Gracias por haber participado y por comentar y seguir mis publicaciones</p> <p>*La clase sobre Medios Digitales es dentro de una semana ¿Qué esperas para inscribirte?</p> <p><b>#promocion #colaboracion #compradorespotenciales #cursosdemarketing #periodismo #periodismomultimedia #comocreearunaestrategiadigital</b></p>

Semana 4 (23 - 29)	Martes 9:00 am	Video Informativo	Marketing de Contenidos	<p>Ya conoces lo que son los planos ante cámara (sino es así puedes encontrar que son en mi cuenta de Instagram), el día de hoy te presentaré los diferentes ángulos de cámara. Con estos ángulos podas tomar fotografías creativas y únicas o mejorar las tomas en tus videos o proyectos.</p> <p><b>#periodismomultimedia #mediosdigitales #contenidodecalidad #posicionamientodelamarca #produccionaudiovisual</b></p>
	Jueves 2:00 pm	Podcast	Branding	<p>Si no tienes idea de cómo mejorar la publicidad de tu negocio y como crecer en redes, este podcast es tu mejor opción.</p> <p>El día de hoy contamos con la presencia de un invitado especial, que nos contará más acerca de los Medios Digitales.</p> <p><b>#mediosdigitales #publicidad #posicionamientodelamarca #promoción #contenidodecalidad</b></p>
	Viernes 1:00 pm	Trivia	Ventas	<p>PROMOCIÓN</p> <p>Es hora de poner a prueba tus conocimientos sobre la radio, edición de video y mucho más. Las primeras 3 cuentas en enviarme las respuestas a mi Instagram recibirán, la clase y materiales totalmente GRATIS</p> <p><b>#contendidodevalor #crecimientoexponencial #cursosdemarketing #afinidademarca #estrategiadigital</b></p>
	Domingo 5:00 pm	Webinar o Master Class	Ventas	<p>¡ES HOY, ES HOY!</p> <p>Últimas horas para inscribirte al Webinar sobre medios digitales y redes sociales. Te dejo el enlace de compra, nos vemos pronto.</p> <p><b>#mediosdecomunicacion #comocreearunaestrategiadigital #estrategiadigital #promocion #publicidad #colaboracion</b></p>

## Anexos

### Piezas Gráficas Instagram

<p>1° Publicación - Branding Presentación - Semana 1 - Día Lunes</p>		<p>2° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 1 – Día Jueves.</p>	<p>¿Cómo crear contenido para redes sociales? 8 Pasos para crear contenido de calidad</p>
<p>3° Publicación – Interacciones - Encuesta - Semana 2 - Día Sábado.</p>		<p>4° Publicación – Marketing de Contenidos – Semana 2 – Día Lunes.</p>	<p>3 Tips Indispensables para hablar como un profesional ante cámara</p> 

<p>5° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 2 – Día Martes.</p>		<p>6° Publicación – Marketing de Contenidos – Semana 2 – Día Viernes.</p>	<p><b>Podcast</b></p> <p>¿Cómo utilizar correctamente los KPIs?</p> <p>Para conocer cómo utilizar los KPIs es necesario comprender que son:</p> <p>Sus siglas en inglés son Key Performance Indicators, que se traducen como Clave de Desempeño, está hace referencia a métricas que se utilizan para sintetizar la información, eficiencia y productividad de las acciones que lleva a cabo tu negocio, con la finalidad de tomar decisiones efectivas a la hora de cumplir los objetivos ya marcados en el proceso de tu estrategia.</p> <p>Además, se conocen como indicadores de calidad o claves de negocio, que son utilizados y aplicables en cualquier área y sector productivo, pero con mayor presencia en el marketing online.</p> <p>¿Qué ventajas ofrecen los KPIs?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtienen información valiosa y útil.</li> <li>2. Miden los variables y resultados.</li> <li>3. Analizan la información y efectos de la estrategia.</li> <li>4. Comparan información, determinan estrategias y tareas efectivas.</li> <li>5. La toma de decisiones oportuna.</li> </ol> <p>Entre los grandes ventajas del uso de los KPIs están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La medida debido a la mejora de la tecnología de la información, ofrece fuente o canales tradicionales.</li> <li>- Existen multitud de herramientas analíticas especializadas que permiten la medición del KPI en cualquier sector o actividad y así conocer la mayor cantidad de datos.</li> </ul> <p>La utilización de estos KPIs en su negocio permite la determinación de resultados para una acción de la estrategia concreta, ofrece una visión global de la situación y facilita la determinación de puntos fuertes y débiles para los proyectos actuales y futuros.</p>
<p>7° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 2 – Día Domingo.</p>		<p>8° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 3 – Día Martes.</p>	

9° Publicación -  
Marketing de  
Contenidos – Semana 3  
– Día Miércoles.



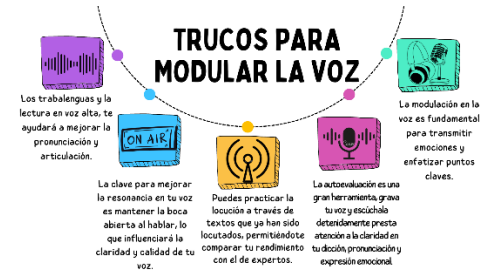
10° Publicación –  
Branding – Semana 3 –  
Día Sábado



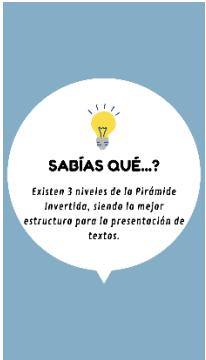


11° Publicación -  
Marketing de  
Contenidos – Semana 3  
– Día Domingo.



12° Publicación –  
Marketing de  
Contenidos – Semana 4  
– Día Lunes.



<p>13° Publicación – Interacciones - Semana 4 - Día Miércoles.</p>	 <p>¿Cuál es tu red social favorita y por qué?</p>	<p>14° Publicación – Ventas - Semana 4 - Día Viernes</p>	 <p><b>WEBINAR SOBRE MEDIOS DIGITALES</b></p> <p>Si quieres hacer crecer tu comunidad en Redes Sociales, está es tu oportunidad</p> <p>Buscas atraer nuevos seguidores y clientes, en esta clase se compartirá una estrategia para lograrlo</p> <p>Modalidad: Vía Zoom Día: Domingo 12 de Diciembre</p> <p>¡Si gustas conocer los trucos y estrategias para crecer en el medio, puedes contactarme a través de Instagram!</p>
<p>15° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 4 – Día Sábado.</p>	 <p><b>SABÍAS QUÉ...?</b></p> <p>Existen 3 niveles de la Pirámide invertida, siendo la mejor estructura para la presentación de textos.</p>		

## Piezas Gráficas LinkedIn

<p>1° Publicación - Marketing de Contenidos - Semana 1 - Día Martes.</p>	 <p><i>¿Sabías qué?</i> Los 4p en Marketing se consideran componentes básicos de las campañas de marketing. Además, sirven para comprender y gestionar las diferentes aspectos de la estrategia para un producto y servicio.</p>	<p>2° Publicación - Ventas Cupones - Semana 1 - Día Viernes.</p>	
<p>3° Publicación – Marketing de Contenidos - Semana 3 - Día Domingo.</p>		<p>4° Publicación – Marketing de Contenidos – Semana 2 – Día Lunes.</p>	<p><b>¿Cómo posicionar una marca?</b></p>

5° Publicación –  
Marketing de  
Contenidos – Semana 2  
– Día Miércoles.



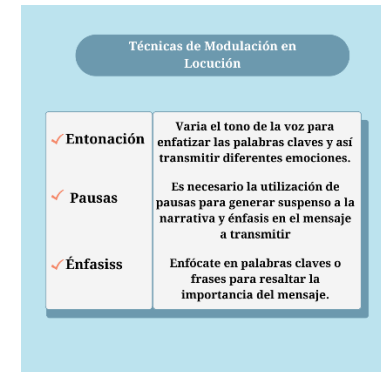
6° Publicación –  
Ventas – Semana 2 –  
Día Jueves




7° Publicación –  
Marketing de  
Contenidos – Semana 2  
– Día Jueves.



8° Publicación –  
Marketing de  
Contenidos  
- Semana 3 - Día Lunes



<p>9° Publicación - Marketing de Contenidos – Semana 3 – Día Martes.</p>		<p>10° Publicación – Marketing de Contenidos - Semana 3 - Día Jueves.</p>	
<p>11° Publicación - Interacciones – Semana 3 – Día Domingo..</p>		<p>12° Publicación – Marketing de Contenidos – Semana 4 – Día Martes</p>	

<p>13° Publicación – Branding - Semana 4 - Día Jueves.</p>	<p>Entrevista</p> <p>Preguntas a realizar para la entrevista con formato de Podcasts</p> <p>¿Para ti que son los Medios Digitales?</p> <p>¿Cuál consideras que es la importancia de que los periodistas o comunicadores se involucren en este rubro?</p> <p>¿Consideras que los Medios Digitales perderán importancia o al contrario es necesario prepararse en este rubro?</p> <p>¿Qué Medios Digitales consideras que son los oportunos para obtener un crecimiento personal como especialista en Marketing?</p> <p>Los Medios Digitales son un tema amplio, que lleva de la mano muchas herramientas como los KPI, redacción SEO y sobre todo como realizar estrategias de Marketing, son temas diferentes que engloban un solo contenido, mi pregunta es hoy en día las empresas piden profesionales que abarquen todas estas áreas agregando la creación de contenido, la respuesta a mensajes de posibles compradores, ¿Consideras justo que una sola persona se encargue de todo lo que engloban los Medios Digitales? Y esto es referente a que se busca un crecimiento exponencial y posicionamiento en el mercado.</p>	<p>14° Publicación – Ventas - Semana 4 - Día Viernes</p>	
<p>15° Publicación – Ventas – Semana 4 – Día Sábado..</p>			

## Referencias bibliográficas

- <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
- [Rock Content: Experiências de Conteúdo que sua audiência vai amar](#)
- <https://drive.google.com/file/d/1IVYTsVNiOWk8FQuXcp8SiBISKIZOs0PW/view>
- <https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/estrategia-digital/#:~:text=La%20estrategia%20digital%20se%20centra,o%20renovando%20los%20procesos%20actuales.&text=Hoy%20en%20d%C3%ADa%20la%20tecnolog%C3%ADa,transformar%20los%20modelos%20de%20negocios.>
- <https://voxlocutores.com/estilos-de-locucion-comercial/>
- <https://www.beedigital.es/redes-sociales-pymes-autonomos/crear-contenido-calidad-redes-sociales/>
- <https://todotetris.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/05/presentacioc81n-fotogracc81fia.pdf>