

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING, MARCA PERSONAL: LORENA OLIVARES.

PRESENTADO POR:

KAREN ABIGAIL MIRANDA ORTÍZ

CARNET

(MO18005)

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

DOCENTE DEL CURSO:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

COORDINADOR DEL CURSO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA.

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

FISCAL GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

VICEDECANA

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO

SECRETARIO

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO EDIS EDGARDO MONGE LUNA

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, a Dios por darme la fortaleza para no desvanecer en este largo camino, por darme sabiduría para aprobar mis estudios desde la escuela inicial hasta hoy en día a nivel universitario, por darme la valentía durante los momentos difíciles y por ser mi guía para convertirme en una profesional y alcanzar mis metas.

Dedicatoria:

A mi madre María de Jesús quien ya no está en esta vida terrenal pero que en vida se dedicó a darme un futuro mejor, me convirtió en una persona con principios y valores, me enseñó el significado de la resiliencia porque sin importar cuán malos fueran los momentos y situaciones siempre Dios nos iba dar el coraje para salir adelante. Le agradezco infinitamente por sus sacrificios para darme mis estudios y sé que a la fecha estaría orgullosa porque alcanzamos nuestro triunfo. Este título es para ti mi hermosa. Te amo eternamente mamá.

A mis abuelos, quienes desde pequeña me cuidaron y me dieron educación, me enseñaron a ser obediente y luchar por ser mejor persona. A mi hija Gianna quien me dio la esperanza y felicidad para culminar mis estudios, tu sonrisa ha sido mi más grande motor.

A mis tías, primos y primas por acompañarme y darme su apoyo incondicional durante mi carrera.

A mis compañeros y a mis amistades de la carrera les agradezco por cada desvelo y alegría que compartimos en cada tarea o viaje. Y en especial a mi amiga Lorena Olivares gracias por coincidir en esta carrera y no abandonarme, gracias por tu comprensión emocional, por siempre ir de la mano a pesar de haber derramado lágrimas, hoy obtuvimos nuestro sueño más anhelado y te agradezco por estar siempre a mi lado.

ÍNDICE

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	9
Logo de la marca	9
Enlaces de la marca: Lorena Olivares - estrategia digital:	10
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	11
FODA	13
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	15
Perfiles de LinkedIn	15
Perfiles de Instagram	21
Links de redes sociales de la competencia	26
BUYER PERSONA	28
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	32
KPI'S	33
CANALES DIGITALES	35
LÍNEAS DE CONTENIDO	36
ESTRATEGIA SEO	37
CALENDARIO DE CONTENIDO	38
CALENDARIO DE CONTENIDO	39
BIBLIOGRAFÍA	52

RESUMEN

El presente informe expone las herramientas y conocimientos básicos en estrategias de marketing para potenciar una marca personal desde cero. Se presentan aspectos esenciales para crear una marca y posicionarla a un público meta. Como principal recurso se utilizan las redes sociales en especial Instagram y LinkedIn para lograr un mayor alcance en las audiencias y reconocimiento de la marca personal. Ambas redes sociales facilitan la creación y divulgación de contenido de valor relacionado a la marca personal. Por ello se precisa en el buen uso de las redes sociales para la puesta en marcha de una estrategia de marketing que garantice la fidelización en el mercado de clientes ideales. Además del acompañamiento de un plan estratégico de contenidos basados en herramientas SEO que ayuden a aumentar el tráfico web de la marca personal situándola en los principales motores búsqueda. Para una marca es fundamental la visibilidad en el mundo digital ya que permite más facturación para los negocios. Por otro lado, con una buena planificación estratégica se asegura la competitividad y continuidad de la marca ya que permite un mayor control de las situaciones o posibles dificultades. También prioriza el camino para lograr los objetivos planteados esto gracias a la implementación del análisis FODA que identifica las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la marca personal.

Palabras clave: marketing digital, marca, SEO, redes sociales, Branding, contenido de valor, keywords, FODA.

INTRODUCCIÓN

El mundo hoy en día está influenciado constantemente por las nuevas tecnologías que conllevan nuevas formas de realizar los trabajos. Uno de ellos es el marketing digital, un campo altamente demandado que permite a empresas conectar con audiencias y generarles mayores ganancias.

Tomando en consideración esto, como parte del Curso de Especialización surge la creación de la Estrategia de Marketing, Marca Personal: Lorena Olivares, la cual busca posicionarse en el mundo laboral, ofreciendo sus servicios en las áreas de fotografía y estrategias de marketing digital.

Por medio de las redes sociales de Instagram y LinkedIn se busca consolidar una marca sólida y profesional por ello se realiza un análisis FODA y de la competencia para identificar los puntos a mejorar que le permitirán a la marca destacar por sus habilidades y experiencias de una manera auténtica.

Además, se realiza un análisis de la situación actual de la marca, de los perfiles de buyer persona y de las métricas por publicación en las redes sociales. Asimismo, se presenta la propuesta de planificación del calendario de contenidos para una organización y distribución más óptima del contenido de valor implementado en un lapso de 15 días.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Lorena Olivares es una marca personal, ella se desempeña en diferentes áreas como periodista, redactora, estratega digital, fotógrafa de productos y eventos. Además, cuenta con conocimientos en marketing digital y creación de contenido para redes sociales.

Como marca nace con la misión de posicionarse y prestar sus distintos servicios a pequeños y grandes emprendedores y empresas de la zona de San Salvador que no poseen estos servicios o desean mejorarlos, esto como una fuente de empleo para subsistir.

Logo de la marca

Se presenta el logo a utilizar para la marca, el cliente optó por utilizar las respectivas iniciales de su primer nombre y primer apellido. También optó por tonalidades celeste pastel y un gráfico representativo de una cámara y la especificación de los servicios que se ofrece como estrategia digital.



Enlaces de la marca: Lorena Olivares - estrategia digital:

Instagram:

<https://www.instagram.com/lorenaolivares2024?igsh=MXJqcmQ5ZHQxNWVjaA==>



LinkedIn:

https://www.linkedin.com/in/lorena-sugey-olivares-elias-01b7072b9?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app



INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Servicios que ofrece como marca **Lorena Olivares - estrategia digital:**

- Asesorías

Asesoría de creación de marca.

Asesoría para creación y publicación de contenidos.

Asesoría para el manejo de redes sociales

El precio estimado de las Asesorías será calculado por la cantidad de horas, monto inicial 35 dólares

- Estrategia de marketing Digital

Dirigido a clientes que desean fidelizar clientes potenciales, aumentar ventas y posicionar sus servicios en canales digitales o sitio web

Incluye planificación y ejecución detallada de canales, branding, objetivos, audiencias específicas, indicadores y análisis de métricas.

Precio inicial desde 175, varía según cantidad de redes sociales, tiempo de inversión, nivel adquisitivo de la empresa o emprendimiento.

- Creación de contenido para redes sociales

Creación de imágenes, piezas gráficas, post e infografías para redes.

Creación de reels, tiktoks y videos.

El paquete de creación de contenido tiene un valor estimado de 175 por semana incluye 2 videos ya sea para Instagram, Tiktok o Facebook, 2 post a la semana en Instagram o Facebook.

- Fotografía de productos y eventos.

Paquete de 40 fotos digitales en HD ya editadas 300 dólares

FODA

El análisis FODA es un método utilizado por negocios y empresas para tener un diagnóstico certero y una visión integral sobre sus fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades internas y externas. Es fundamental pues marca una pauta sobre lo que se está haciendo bien y todo aquello que representa un reto potencial a mejorar. (Pursell, 2019)

Análisis FODA de la marca “Lorena Olivares - estrategia digital”.

Fortalezas:

- Conocimientos en marketing digital.
- Servicios variados, la marca ofrecerá fotografía, estrategia digital, creación de contenido y asesorías.
- Experiencia en medios digitales y redes sociales.
- Alta calidad en la producción de contenido visual.
- Servicios completos a precios accesibles.

Oportunidades:

- Que el contenido que se cree sea de valor y genere alcance para adquirir los productos del cliente.
- Comenzar a atraer clientes potenciales que se identifiquen y fidelicen con la marca.

- Lograr posicionarse en las redes sociales en la zona de San Salvador.
- Expansión a nuevos mercados a través de contenido visual y productos digitales atractivos.
- Creación de contenido multimedia adaptado a las tendencias para mejorar las métricas.

Debilidades:

- Equipo fotográfico limitado
- Poco manejo de programas Premium para la creación de contenido y materiales gráficos.
- Exigencia de actualización constante sobre tendencias de marketing digital y redes sociales.
- Necesidad de redes sociales para promocionar al cliente.
- Falta de personal en la marca demanda mayor inversión de tiempo para cada cliente.

Amenazas:

- Alto nivel competitivo en el campo de marketing.
- Actualización de tendencias en redes sociales pueden afectar al cliente.
- Existencia de colegas fotógrafos con más experiencia y su propio estudio.
- Cambios en los algoritmos pueden generar poca visibilidad en las audiencias.
- Profesionales con mayor experiencia en manejo de redes sociales y estrategias digitales.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Perfiles de LinkedIn

1. Karla Escobar

Karla Escobar
Periodista | Marketing Digital | Relaciones Públicas | Organización de eventos

TELUS International Central America • Universidad de El Salvador
San Salvador, San Salvador, El Salvador

237 seguidores · 225 contactos

+ Seguir Enviar mensaje

En busca de empleo
Cargos de Comunicador, Auxiliar de comunicacio...
[Mostrar detalles](#)

Experiencia

- Trilingual Sales Representative**
TELUS International Central America · Jornada completa
may. 2024 - actualidad · 5 meses
Presencial
- Encargada de marketing y ventas en Plataformas Digitales**
Corpobelo San Benito · Jornada completa
abr. 2024 - may. 2024 · 2 meses
El Salvador · Presencial
- Back Office - Tech Support / Especial Management Team**
TELUS International Central America · Indefinido
may. 2023 - oct. 2023 · 6 meses
El Salvador · Híbrido
I used to give tech support in English and French.
- Aprendizaje, Inglés como lengua extranjera y 6 aptitudes más**
- Au Pair**
APITU · Jornada parcial
feb. 2022 - feb. 2023 · 1 año 1 mes
Francia
Aprendizaje, Creatividad y 2 aptitudes más

Periodista, marketing digital, relaciones públicas, organización de eventos.

237 seguidores y 225 contactos.

Ubicación San Salvador.

Cuenta con foto de perfil y cover con información de contacto. Perfil completo con servicios, experiencias y educación.

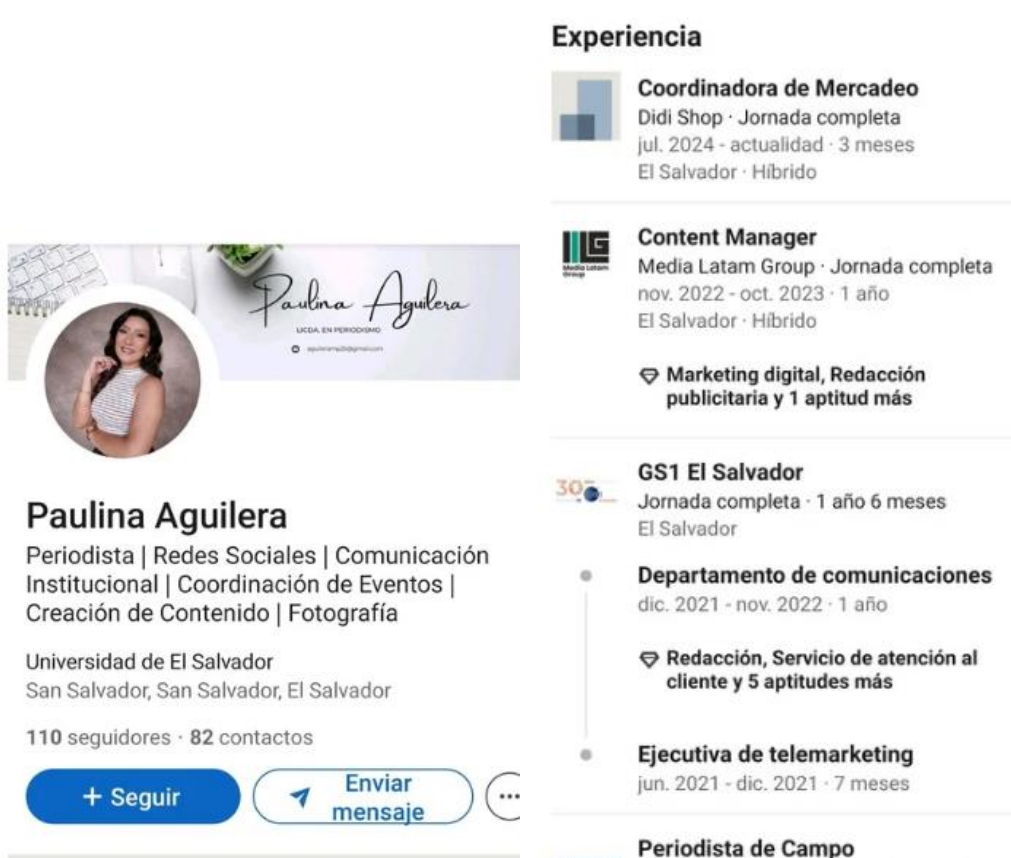
En LinkedIn tiene 16 publicaciones de las cuales sólo 2 son publicaciones propias las demás son repost de ofertas laborales.

No comparte contenido optimizado además sólo 3 repost son relacionadas con marketing y copywriting.



Cuenta con una página de Instagram de carácter personal, sin copys estructurados. También tiene una cuenta de Facebook sin embargo se encuentra la información restringida.

2. Paulina Aguilera



Paulina Aguilera
Periodista | Redes Sociales | Comunicación Institucional | Coordinación de Eventos | Creación de Contenido | Fotografía

Universidad de El Salvador
San Salvador, San Salvador, El Salvador

110 seguidores · 82 contactos

+ Seguir Enviar mensaje

Experiencia

- Coordinadora de Mercadeo**
Didi Shop · Jornada completa
jul. 2024 - actualidad · 3 meses
El Salvador · Híbrido
- Content Manager**
Media Latam Group · Jornada completa
nov. 2022 - oct. 2023 · 1 año
El Salvador · Híbrido
- Marketing digital, Redacción publicitaria y 1 aptitud más**
- GS1 El Salvador**
Jornada completa · 1 año 6 meses
El Salvador
- Departamento de comunicaciones**
dic. 2021 - nov. 2022 · 1 año
- Redacción, Servicio de atención al cliente y 5 aptitudes más**
- Ejecutiva de telemarketing**
jun. 2021 - dic. 2021 · 7 meses
- Periodista de Campo**

Ofrece servicios como: periodista, creadora de contenido, fotógrafa, comunicadora institucional, coordinadora de eventos y coordinadora de mercadeo.

Mantiene un perfil bien optimizado con información de contacto y servicios. Foto de perfil y cover.

Posee 110 seguidores y 82 contactos.

Repostea contenido motivacional sobre trabajo. Comparte logros personales, ascensos laborales y oportunidades de trabajos.

Cuenta con Instagram privado y una cuenta de Twitter de carácter más personal donde comparte fotografías de sí mismas y sobre anteriores prácticas universitarias. Su perfil en Facebook está restringido.

En cuanto a sus publicaciones no genera contenido de valor ni utiliza copys con redacción SEO.



Su perfil de LinkedIn sólo contiene 14 publicaciones de las cuales sólo 3 son publicaciones propias. Además, sólo posee un repost relacionado a la redacción de contenidos.

3. Guevara Project



Creador de contenido en fotografía de moda publicitaria, Community manager y marketing digital.

Posee 27 contactos y 28 seguidores. Ubicación: San Salvador.

Tiene foto de perfil optimizada con su logo, cover e información de contacto. Sin embargo, poca información de las categorías en LinkedIn.

Solo cuenta con 2 publicaciones en LinkedIn con copys bien estructurados, hashtags y CTA pero sin mayor alcance e interacción.

Guevara Project
28 seguidores

+ Seguir

Publicaciones Imágenes Reacciones

¿Necesitas contenido fotográfico para inmortalizar un momento inolvidable? Te ofrezco mis servicios de fotografía para que puedas obtener resultados de excelente calidad. Pregunta por los paquetes disponibles para tus sesiones de fotos, proyectos personales, eventos sociales, entre otros. Puedes buscarme en mis redes sociales como: Facebook: <https://lnkd.in/eRqXAI8R>
Instagram: <https://lnkd.in/eQiDFAWF>
Cotiza ya tu producción de fotos 😊 😄 📷




Guevara Project
428 Me gusta • 438 seguidores

Cuenta con una página de Instagram que en comparación a LinkedIn tiene mayor alcance. Tiene 2750 seguidores y los post de su feed tiene un aspecto visual ordenado y colorido. Sin embargo, sus copys carecen de información y se limitan a utilizar hashtags y un CTA para comentar y seguirlos.

Destaca en su fotografía la preferencia por la belleza femenina y la moda.

Genera contenido variado para Facebook e Instagram. Tiene 438 seguidores en Facebook.



Perfiles de Instagram

1. Alex Guardado

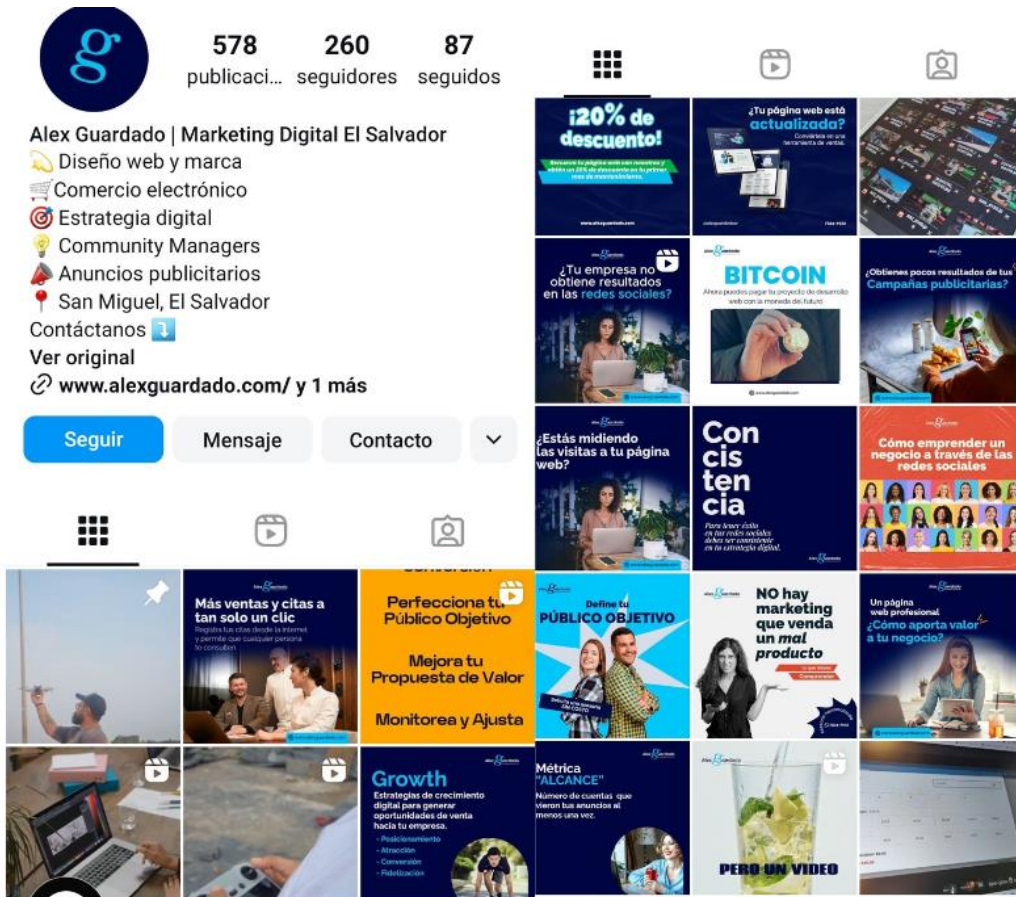
Ofrece servicios de marketing digital, diseño web, branding, ecommerce, estrategia digital, publicidad adds.

Ubicación: San Miguel.

Posee 260 seguidores y 578 publicaciones en Instagram.

Su feed predomina en tonos azules y celeste.

Comparte contenido de valor sobre marketing y redes sociales.



Sus publicaciones no generan mayor alcance, obtiene alrededor de 2 a 5 likes en sus post.

Los copys que utiliza son cortos y saturados de contenido de venta de sus servicios.



alexguardadosv Para que tu estrategia digital unione debes estar seguro que tu producto se vendería sin ella, un buen producto y una estrategia digital inteligente te permitirá escalar tu negocio.

Alex Guardado, Asesor en Marketing Digital
 Whatsapp 7924 7022
 #MarketingDigital #AsesoríaProfesional
 #EstrategiasDigitales #TransformaTuNegocio



alexguardadosv ¡Oferta por tiempo limitado! 🎉
 Renueva tu página web con nosotros y obtén un 20% de descuento en tu primer mes de mantenimiento.

No esperes más para darle a tu negocio la presencia digital que merece.
 ¡Contáctanos!
 Alex Guardado, Asesor en Marketing Digital
 Whatsapp 7924 7022

2. Marlene Salazar

Marlene Salazar
 Creador digital
 Periodista y fotógrafa
 Creadora de contenido
 Asesora de Marketing Digital
 #fotografía #marketingdigital
 Visita nuestro perfil de Facebook: [👇](#)
 Ver traducción
www.facebook.com/profile.php?id=100094237...
 kareneliethr, lecturas_sv y 6 personas más siguen esta cuenta

Seguir Mensaje +2

Se especializa en asesoría de marketing digital, creación de contenido, periodismo y fotografía. Tiene 122 seguidores y 9 publicaciones. La cuenta no posee historias destacadas. Hace uso de reels. Tiene su propio logo que va en sintonía con las tonalidades de su feed donde destaca el color amarillo, gris y anaranjado. Posee enlace de contacto a su Facebook. Fue creada en el año 2023.



Los likes en sus post rondan los 38 y 20 likes.

Comparte contenido de valor y tips sobre marketing, fotografía y herramientas de contenido para redes sociales.

3. MB Marketing

Brindan servicios de asesoría en marketing y apoyo en redes sociales a emprendimientos y negocios. La marca es administrada por María Belén quien desempeña como Community manager y asesora de marketing digital. Realiza parrillas de contenido, pautas digitales y artes publicitarios.

Cuenta con su propio logo con base a las iniciales de su nombre.

Tiene 1665 seguidores y 225 publicaciones.

Su feed está configurado estéticamente en tonalidades rosas suaves.



Comparte contenido de valor de funcionalidades de Instagram, algoritmos y actualizaciones. También sobre creación de contenido para redes sociales y servicios de branding.

Sus publicaciones generan un buen alcance ya que atrae visualmente las piezas gráficas. Sus post rondan los 38, 67 y hasta 115 likes en un reels.

Links de redes sociales de la competencia

Competencia/Nombre	Instagram	LinkedIn	Facebook	Twitter	Web
Paulina Aguilera	<p>_paulinaaguilera</p> <p>https://www.instagram.com/_paulinaaguilera?igsh=MWsOdTAzaDNlBHjxMg==</p>	<p>https://www.linkedin.com/in/paulina-aguilera-402004225?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app</p>	<p>Paulina Aguilera</p> <p>https://www.facebook.com/PaulinaAguilera25?mibextid=ZbWKwL</p>	<p>Paulina Aguilera</p> <p>https://x.com/paulinaaguilera15?t=XOpG9DUUjvFSJC7eeCU35g&s=09</p>	X
Karla Escobar	<p>karlitaescobar_16</p> <p>https://www.instagram.com/karlitaescobar_16?igsh=anBnb2YwdXZhMnJy</p>	<p>https://www.linkedin.com/in/karlaescobar96?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app</p>	<p>Karlita Escobar</p> <p>https://www.facebook.com/karlitaescobar.1996?mibextid=ZbWKwL</p>	X	X

Competencia/Nombre	Instagram	LinkedIn	Facebook	Twitter	Web
Carlos Guevara/Guevara Project	guevara_project https://www.instagram.com/guevara_project?igsh=M21kcDNrZHl2anhQ	Guevara Project https://www.linkedin.com/in/guevara-project-9853b3261?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app	Guevara Project https://www.facebook.com/share/mVStCmRmu8cDzeXS/?mibextid=qI2Omg	X	X
Alex Guardado	alexguardadosv https://www.instagram.com/alexguardadosv?igsh=d3pkMzZnNWgzMDJly	Jorge Alexander Guardado https://www.linkedin.com/in/alexguardado2?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app	Alex Guardado Marketing Digital El Salvador https://www.facebook.com/share/5DsT5Hg636nS7Qik/?mibextid=qI2Omg	Alex Guardado https://x.com/kusumel2?t=CH83SW8dxMU-gvMKAHxZCA&s=09	https://alexguardado.com/?fbclid=IwZXh0bgNhZWQCMTEAR2wPKET_7BYNu_pjoa_gOu_5Qj6ve1ouB5yzzwwnWV-H7V6PeInrijPUBFU_aem_MkeifZzmH6Qag6mHm79Yfq&sfnsn=wa

Competencia/Nombre	Instagram	LinkedIn	Facebook	Twitter	Web
Marlene Salazar	marlenesalazar_ https://www.instagram.com/marlenesalazar_2?igsh=MXR5eGpsdHl2dnhh	Marlene Salazar https://www.linkedin.com/in/marlene-salazar-73b742260?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app	Marlene Salazar https://www.facebook.com/share/C6n5EmBW4SsvYQPX/?mibextid=qI2Omg	Marlene https://x.com/Salazarm25?t=NthjFRkH_xdOVmlZp7BQTg&s=09	X
MB Marketing	mbmarketing_sv https://www.instagram.com/mbmarketing_sv?igsh=bzjjbGj4dGV6aDBz	María Belén Ramírez Rodríguez https://www.linkedin.com/in/mar%C3%ADa-bel%C3%A9n-ram%C3%ADrez-rodr%C3%ADguez-501b90208?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app	X	X	X

BUYER PERSONA

El buyer persona se define como la representación ficticia del público objetivo o cliente ideal de un producto o servicio. Se basa en datos como el comportamiento, edad, características, las motivaciones, retos, objetivos y preocupaciones de tus clientes potenciales. (Tefa, 2024)

Buyer persona No. 1

Datos personales

Edad: 29.
Ocupación: Fotógrafa de estudio Guty.
Ubicación: Santa Tecla.
Ingresos: \$6,000 mensuales.
Estado civil: Casada.

Motivaciones y objetivos

Motivaciones:

Promover en redes el estudio fotográfico.
Ampliar su conocimiento en fotografía.
Implementar estrategias para ser más reconocido el estudio.

Objetivos:

Expandirse y optimizarse en redes.
Tomar fotografías de productos.

Buyer persona
Instagram

Perfil personal y profesional

Experiencia: 1 año como fotógrafa de eventos
Nivel educativo: Licenciada en Comunicación social.
Habilidades: Conocimiento en equipo fotográfico.
Manejo de programas de edición básico.
Limitaciones: Bajo conocimiento en fotografía de productos y promoción en RRSS.

Sandra
Ochoa



Puntos de dolor

Desafíos:

Miedo por perder clientes en su estudio por falta de fotografías de productos.
Necesita promover su estudio más en RRSS.

Comportamientos y preferencias

Fuentes de información:

Sigue perfiles en redes relacionados a fotografía.

Canales preferidos:

Prefiere Instagram y Tiktok para aprender de manera autodidacta sobre fotografía.

Frustraciones

Recurrir a pagar un alto precio por promover su estudio en RRSS.
No encontrar fotógrafos de productos.

¿Cómo puede ayudarle la especialista en Estrategia Digital y Fotografía?

Creación de una estrategia de marketing para ganar seguidores en la cuenta del estudio fotográfico.
Optimización de RRSS del estudio fotográfico.
Toma de fotos de productos.

Buyer persona No.2

Datos personales

Edad:40
Ocupación: Jefe de contenido audiovisual en Ministerios de Obras Públicas
Ingresos: \$9,000 mensuales.
Estado civil: Casado, 2 hijos.

Motivaciones y objetivos

Motivaciones:

Necesita contratar un creador de contenido para nuevas campañas. Mayor impacto en los contenidos para redes.

Objetivos:

Expandir las actividades del Ministerio de Obras Públicas por medio de RRSS.

Buyer persona
Instagram

Perfil personal y profesional

Experiencia: 4 años como fotógrafa de eventos
Nivel educativo: Licenciado en Marketing Digital
Habilidades: Conocimiento en tendencias de marketing y RRSS.
Limitaciones: Bajo conocimiento en realización de campañas y edición en programas.



Giovanni
Solís

Puntos de dolor

Desafíos:

Necesita promover las obras realizadas por el Ministerio en RRSS

Comportamientos y preferencias

Fuentes de información:

Consulta Google, Facebook y sitios web sobre obras públicas de trabajo.

Canales preferidos:

Prefiere YouTube para inspiración en campañas publicitarias.

Frustraciones

Dificultad en la creación de campañas publicitarias.

¿Cómo puede ayudarle la especialista en Estrategia Digital y Fotografía?

Creación de campañas publicitarias estratégicas.

Optimización de RRSS para mayor alcance en los motres búsqueda.

Buyer persona No. 3

Datos personales

Edad:26
Ocupación: Jefa de marketing de empresa de joyas.
Ingresos: \$5,000 mensuales.
Estado civil: Soltera

Motivaciones y objetivos

Motivaciones:

Necesita actualizar catálogo con fotografías de joyas.

Alcanzar nuevos clientes en RRSS

Objetivos:

Expandir la joyería en RRSS.

Mantener relevancia en el mercado.

Atraer seguidores.

Buyer persona
Instagram

Perfil personal y profesional

Experiencia: 1 año como encarga de marketing en la joyería.
Nivel educativo: Licenciada en Mercadeo
Habilidades: Conocimiento en tendencias de RRSS.
Limitaciones: Bajo conocimiento en fotografía y edición.



Ana
Beltrán

Puntos de dolor

Desafíos:

Necesita promover nuevos productos de joyería en RRSS.

Comportamientos y preferencias

Fuentes de información:

Blogs, Instagram y Tiktok.

Canales preferidos:

Activa aplicaciones como Amazon para pedidos de joyería.

Frustraciones

Las ventas en RRSS están demasiado bajas estos últimos meses.

¿Cómo puede ayudarle la especialista en Estrategia Digital y Fotografía?

Toma de fotografías de nuevo productos de joyerías.

Optimización de RRSS para mayor alcance en ventas.

Buyer persona No. 4

Alejandra Martínez



DATOS PERSONALES
 Edad: 32 años
 Ocupación: Emprendedora
 Ubicación: San Salvador
 Nivel educativo: Bachillerato General
 Ingresos Anuales: 9.600
 Estado Civil: Casada, 2 hijas



PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL
 Experiencia: 3 años como emprendedora con una tienda física de lencería.
 Habilidades: Poder de convencimiento para concretar ventas
 Seguimiento de clientes de manera constante
 Limitaciones: Falta de conocimiento para trasladar su emprendimiento a plataformas digitales



MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivación:
 Quiere aprender a efectuar ventas a través de redes sociales. Quiere que su marca sea reconocida en medios digitales.
Objetivos:
 Aprender sobre técnicas de redacción digital y manejo de redes sociales
 Incrementar la venta de joyas por medio de Internet.



PUNTOS DE DOLOR

Desafíos:
 Saber dirigirse a sus clientes a través de Instagram

Preocupación por no tener el conocimiento necesario para vender sus productos en línea.



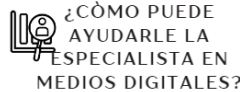
COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

Fuentes de información:
 Monitoreo constante de tiendas físicas de su rubro.
 Consume contenido de entretenimiento en Fb e Instagram
 Participa en ferias de emprendedores locales.
Canales preferidos:
 Mayor interacción con clientes de manera física
 Uso de redes sociales solamente de manera personal y no del emprendimiento.



FRUSTRACIONES

Dificultad para manejar las redes sociales de su emprendimiento.
 No saber como crear contenido de valor, optimizar y usar herramientas SEO en sus redes sociales.



¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA ESPECIALISTA EN MEDIOS DIGITALES?

Creación de contenido para RRSS.
 Posicionamiento con redacción SEO en copys para generar mayor alcance.

Buyer persona No. 5

Sara Menjívar



DATOS PERSONALES
 Edad: 30 años
 Ocupación: Coordinadora de marketing digital en tienda de ropa
 Ubicación: San Salvador
 Nivel educativo: Licenciatura en Mercadeo
 Ingresos Anuales: 8.500
 Estado Civil: Casada, sin hijos



PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL
 Experiencia: Cinco años de experiencia en la creación de estrategias de marketing digital para diferentes empresas.
 Manejo de redes sociales y creación de contenido de valor para emprendedores y empresas privadas.
 Habilidades: Experto en marketing digital y manejo de redes sociales
 Limitaciones: Dificultad para la optimización de buscadores.



MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones:
 Desea encontrar un balance entre contenido de valor y venta a través de medios digitales
 Quiere obtener mayor número de ventas de los productos de la tienda.
Objetivos:
 Identificar los problemas principales de los compradores y presentar propuestas de solución.
 Elaborar un calendario de publicaciones para las diferentes redes sociales de la tienda



PUNTOS DE DOLOR

Desafíos:
 Preocupación por no alcanzar la meta de venta por medio de redes sociales.
 Se siente presionada por la necesidad de conectar con los seguidores y crear un impacto en todas sus redes sociales



COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

Fuentes de información:
 Sigue tiendas de ropa que admira y tiene como modelo
 Consume contenido de marketing digital
 Participa en pasarelas de moda en representación de la marca
Canales preferidos:
 Todo el tiempo escucha podcast sobre diferentes temas de su interés
 Actividad mayormente en LinkedIn.



FRUSTRACIONES

Dificultad para seleccionar palabras clave en sus post de venta o de Contenido de valor.



¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA ESPECIALISTA EN MEDIOS DIGITALES?

Inseguridad para atender al cliente personalmente por medio de redes sociales des sociales.
Reforzar con materiales cortos y comprensibles el tema de herramientas de SEO para crear contenido de valor
Optimización de buscadores para encontrar palabras claves para sus post.
Apoyo y comunidad: reuniones para revisar metricas de redes sociales y buscar puntos de mejora, proponiendo temas de interés sobre la tienda.
Ejemplos y casos de estudios:
 Visualización de contenido creado por expertos en marketing digital, entrevistas a clientes sobre lo que les parece atractivo en redes sociales.

Buyer persona No. 6

Marvin Fuentes



DATOS PERSONALES



Edad: 37 años
Ocupación: Periodista en institución de gobierno
Ubicación: San Salvador
Nivel educativo: Licenciatura en Periodismo
Ingresos Anuales: 10.800
Estado Civil: Casado, 1 hijo



PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Cinco años de experiencia en la creación de estrategias de marketing digital para diferentes empresas.
Manejo de redes sociales y creación de contenido de valor para emprendedores y empresas privadas.

Habilidades: Experto en marketing digital y manejo de redes sociales

Limitaciones: Dificultad para la optimización de buscadores.



MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones:
Incrementar interacción con la audiencia a través de canales digitales.
Obtener mayor alcance visual de los productos periodísticos.
Objetivos:
Aprender técnicas de redacción digital para alcanzar nuevas audiencias.
Practicar redacción digital y obtener resultados en el tiempo establecido.



PUNTOS DE DOLOR

Desafíos:
Inseguridad para redactar para medios digitales.
Desconocimiento de estrategias para posicionar el medio en redes sociales
Preocupación por no adaptarse a las tendencias de comunicación digital actuales.



COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS

Fuentes de información:
Sigue canales oficiales gubernamentales
Consumo contenido periodístico internacional
Participa en congresos de liderazgo institucional.
Canales preferidos:
Su principal medio de comunicación con el equipo es a través de Telegram.
Activo mayormente en Instagram todos los días.



FRUSTRACIONES

Dificultad para estudiar materiales extensos sobre redacción digital por falta de tiempo libre.
Falta de conocimiento del manejo adecuado de redes sociales de un medio de comunicación.



¿CÓMO PUEDE AYUDARLE LA ESPECIALISTA EN MEDIOS DIGITALES?

Contenidos sencillos: Guías cortas y comprensibles sobre puntos específicos de redacción digital y SEO
Redacción de copyright redes sociales.
Apoyo y comunidad: webinar de seguimiento al proceso de aprendizaje de redacción digital
Ejemplos y casos de estudios: Analisis e historias de colegas que ya tienen alcance de audiencia efectivo en redes sociales.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

OBJETIVOS SMART:

1. Aumentar la cantidad de seguidores en las redes sociales de la marca en un 25% mediante la creación de contenido de valor en los próximos 4 meses.
2. Incrementar el número de vistas al perfil de LinkedIn por cada post un 30% en los próximos 5 meses.
3. Lograr un mínimo de 20 interacciones en cada post de Instagram por medio de piezas gráficas creativas en los próximos 4 meses.
4. Generar un aumento en el número de consultas de clientes potenciales mediante la inversión en publicidad y el contenido interactivo en los últimos 5 meses.

KPI'S

Las siglas KPI provienen del término en inglés *Key Performance Indicators*, que se traduce al español en “indicadores clave de rendimiento”, y se refiere a las herramientas, factores y variables que miden la eficacia y productividad de determinadas acciones con el fin de verificar si se están cumpliendo los objetivos establecidos. (Universidades, 2022)

Objetivo	KPI'S a medir
1. Aumentar la cantidad de seguidores en las redes sociales de la marca en un 25% mediante la creación de contenido de valor en los próximos 4 meses.	Tasa de crecimiento de seguidores: Dentro del período determinado.
	Engagement: Interacciones y reacciones que se alcanzan por mes.
2. Incrementar el número de vistas al perfil de LinkedIn por cada post un 30% en los próximos 5 meses.	Alcance: aumento de número de vistas al perfil.
	Tasa de crecimiento de contactos: aumento de la comunidad en LinkedIn.
3. Lograr un mínimo de 20 interacciones en cada post de Instagram por medio de piezas gráficas creativas en los próximos 4 meses.	Tasa de interacciones: aumentar el número de reacciones, así como me gusta, compartidos y guardados.
	Tasa de crecimiento de seguidores: dentro del período determinado.

<p>4. Generar un aumento en el número de consultas de clientes potenciales mediante la inversión en publicidad y el contenido interactivo en los últimos 5 meses.</p>	<p>Alcance: aumentar el número de vistas del contenido publicado en Instagram y LinkedIn.</p>
	<p>Tasa de crecimiento de ventas: generar ventas de servicios a partir de los post publicados.</p>

CANALES DIGITALES

La marca Lorena Olivares - PERIODISTA Y ESTRATEGA DIGITAL establece posicionarse a través de dos redes: **Instagram** ya que es una red social que se enfoca en lo visual, facilitando espacios para promover y lucir productos y servicios en alta calidad.

Razones a considerar para utilizar Instagram:

- Inmediatez: esta red permite conectar con las audiencias de manera instantánea por medio de likes, historias, shares y comentarios.
- Alto nivel de interacción: al generar contenido visual atractivo Instagram nos permite obtener un alcance significativo sobre todo con el uso de hashtags adecuados podremos llegar a audiencias específicas.
- Estadísticas y métricas de visualizaciones: al contar con una cuenta empresarial Instagram permite a la marca obtener datos precisos sobre el alcance, interacciones y visitas en el perfil que nos pueden indicar que mejorar.

LinkedIn es una plataforma es una red importante para generar negocios y moverse en el mercado laboral, por ello la marca Lorena Olivares opta utilizarla para su promoción ya que es un espacio que permite generar clientes potenciales a través de las relaciones con perfiles profesionales. También al ser una plataforma con mayor credibilidad y seriedad permitirá a la marca construir una imagen más sólida. Otra de las razones de utilizar esta plataforma es el alto nivel de reclutamiento laboral, de esta manera al posicionar una buena imagen de la marca podremos expandir la marca y llegar a empresas o emprendimiento que necesiten contratar nuestros servicios.

LÍNEAS DE CONTENIDO

La estrategia digital para “Lorena Olivares - estrategia digital”, en LinkedIn e Instagram utilizará 4 líneas de contenidos.

Una línea de contenido de valor donde se ofrezcan publicaciones con información relevante, útil y atractiva para los usuarios. También cuenta con una línea de venta para promover los servicios y ofertas que la marca Lorena Olivares - estrategia digital ofrece. Además de otra línea de educación donde se imparte contenido relacionado con la enseñanza en temas de marketing digital y por último una línea de Branding donde se muestra detalles acerca de la marca como su historia e identidad visual.

Líneas de contenido			
CONTENIDO DE VALOR	VENTA	EDUCACIÓN	BRANDING
Tips de marketing digital	Servicios detallados de la marca	¿Qué es el marketing de contenido?	Historia como marca
Herramientas para crear contenido en RRSS	Promociones en servicios	Importancia de la estrategia digital	Valores como marca
Tips para fotografías de productos y eventos	Ofertas en productos seleccionados	Ideas de contenido para redes sociales	Elementos del branding
Recursos para crear contenido digital	Cotización de servicios	¿Qué es el branding?	Identidad visual
Pilares de una estrategia de marketing digital	Descuentos por temporada	Redacción SEO	Diseño logotipos
Importancia del branding	Pautas de publicidad mostrando los servicios	Explicar como optimizar las redes sociales	Identidad de la marca

ESTRATEGIA SEO

Para garantizar el posicionamiento correcto en las redes de Instagram y LinkedIn de la marca personal Lorena Olivares - estrategia digital, es necesario la búsqueda de keywords o palabras claves que se utilizan en SEO para optimizar la experiencia del usuario, colocarse en las primeras posiciones de los motores de búsqueda de google u otro buscador y mejorar la estructura y comprensión del contenido impartido. (Juan, 2021)

Estrategia SEO			
CONTENIDO DE VALOR	VENTA	EDUCACIÓN	BRANDING
#marketingdigital	#iluminaciónfotográficas	#marca	#LorenaOlivares
#fotografiacreativa	#communitymanager	#tipsdefotografia	#comunicaciónvisual
#contentcreator	#inboundmarketing	#estrategias	#plandecontenidos
#tipsdeinstagram	#trucosdefotografia	#socialmedia	#estrategadigital
#branding	#diseñodemarcas	#fotografiadeproducto	#creatividadvisual
#mediosdigitales	#fotografiabásica	#SEO	#copywriting
#estratega	#KPI'S	#tipsdemarketing	#identidadmarca
#marketingdecontenido	#ventasdigital	#marcapersonal	#branddesinger
#identidadvisual	#CTA	#engagement	#brandingpararedes
#redessociales	#promodigital	#gestiónderedes	#tipspararedes

CALENDARIO DE CONTENIDO

Los calendarios de contenido son una herramienta esencial a la hora de implementar una estrategia de marketing digital ya que facilitan la gestión de redes sociales a partir de la organización, planificación y distribución de contenidos. (Redegal, 2024)

A continuación, se presenta el calendario de contenido para la red social de Instagram y LinkedIn de la marca Lorena Olivares – estrategia digital, teniendo en cuenta que las publicaciones abarcan del 1 al 15 de octubre de 2024.

Este se desglosa en;

Fecha de publicación, horario de publicación, tipo de contenido o formato de la publicación, pilar o línea de contenido a la que pertenece, copy o descripción textual que acompaña a la publicación, esta incluye hashtags y Call to action y el número de piezas gráficas por publicación.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Calendario de Instagram

N°	Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	N° de piezas gráficas
1	1 de octubre 2024	5 pm	Post pieza gráfica	Branding	Si quieres que tu marca se potencie al máximo, llegaste a la persona correcta. Soy Lorena Olivares, estratega digital, periodista, creadora de contenido, fotógrafa y asesora de marketing digital, juntos lograremos que tu marca se posicione en los principales motores de búsqueda y redes sociales. #LorenaOlivares #marketingdigital #estrategadigital #branddesigner	1
2	2 de octubre 2024	4 pm	Story promoción flash inicial	Venta	*	*

3	3 de octubre	7 pm	Carrusel Cómo generar una buena estrategia de marketing de contenido	Contenido de valor	<p>Las estrategias de marketing de contenidos te permiten crear y difundir contenido valioso para tus clientes potenciales.</p> <p>Una buena estrategia hará que tu marca destaque e impulse su reputación y visibilidad en línea. ¡Descubre los consejos de cómo generar tu estrategia en el siguiente post!</p> <p>#marketing #contentcreator #marketingdecotenido #identidadvisual</p>	6
4	4 de octubre	2 pm	Carrusel ¿Sabes qué es el marketing de contenido?	Educación	<p>El marketing de contenido para una marca es fundamental ya que es una estrategia enfocada en atraer e involucrar a tu cliente potencial a través de contenido valioso y atractivo. Conoce más sobre su concepto y ponlo en práctica en las redes sociales de tu marca</p> <p>#marca #gestiónderedes #tipsdemarketing.</p>	2

5	5 de octubre 2024	1 pm	Story Nuestros Valores como marca	Branding	*	1
6	6 de octubre 2024	11 am	Story Activamos el modo descuento solo responde esta historia.	Venta	*	1
7	7 de octubre 2024	2 pm	Post pieza gráfica ¿Sabes qué es el Branding?	Educación	<p>Has escuchado el término “Branding”, este es la experiencia que proyecta y hace que tu marca sea única, sólida y memorable para conseguir conexiones con los clientes. No solo se trata del diseño de tu marca, incluye la gestión general de tu marca desde elementos visuales, personalidad, valores entre otros.</p> <p>¿Te gustaría que profundizáramos más en el tema? Déjanos saberlo en los comentarios.</p> <p>#identidaddemarca #branding #comunicaciónvisual</p>	1
8	8 de octubre 2024	10 am	Carrusel	Contenido de valor	La fotografía de productos es altamente demandada en la era digital	6

			5 Tips para fotografiar tus productos		actual, sin embargo, fotografiar de la manera más atractiva requiere trabajo y dedicación para sobresalir de la competencia. Pon en práctica estos tips para mejorar en tu área de trabajo fotográfico. #fotografiacreativa #LorenaOilvares #comunicaciónvisual	
9	9 de octubre de 2024	1 pm	Story ¿Qué es una marca personal?	Educación	*	1
10	10 de octubre de 2024	2 pm	Story Nuestros servicios de marketing digital	Venta		1
11	11 de octubre de 2024	3 pm	Video reels beneficios de una estrategia de branding	Branding	El Branding es un elemento esencial para cualquier empresa ya que les ayuda a fortalecer su prestigio y consolidar su identidad corporativa frente a sus consumidores.	

					¡Qué esperas para conectar con el corazón de tu público! Inicia hoy tu estrategia de branding y goza de estos beneficios que te compartimos. #tipsdebranding #branddesigner #estrategadigital #LorenaOlivares	
12	12 de octubre 2024	2 pm	Story ¿Cómo optimizar mi presencia en redes sociales?	Contenido de valor	*	
13	13 de octubre 2024	3 pm	Post pieza gráfica 7 Tips para humanizar tu marca	Educación	En el mundo de la mercadotecnia y la era digital humanizar tu marca se ha vuelto un aspecto clave. Las audiencias están interesadas en consumir marcas más cercanas y amigables, marcas que puedan darles un acompañamiento más ameno y personalizado. ¡Sigue estos tips para humanizar tu marca! #marca #engagement #identidaddemarca #marcapersonal #gestiónderedes	1
14	14 de octubre 2024	8 pm	Reels Servicios a ofrecer	Venta	Con nuestro servicio de estrategias digitales haremos que tu marca llegue	1

			<p>No dejes que tu marca se estanque, hoy es un buen día para transformarla. ¿Te gustaría saber cómo podemos ayudarte a conectar con más clientes? Estamos listos para desarrollar tu estrategia digital.</p>		<p>al éxito. Domina el mundo de las redes sociales y cautiva a tu audiencia. #LorenaOlivares #estrategadigital #marketingdigital</p>
15	15 de octubre de 2024	7 pm	<p>Carrusel Guía para potenciar tu marca personal</p>	Contenido de valor	<p>Potenciar una marca personal es un hábito que se construye para mejorar la imagen de tu marca. Por ello no debe dejarse a la improvisación, es necesario saber cómo situarse por encima de la competencia.</p>

					<p>Te comparto una guía para que tu marca logre el progreso deseado y deje de estar estática.</p> <p>#marcapersonal #estrategadigital #LorenaOlivares #tipsmarketing #mediosdigitales</p>	
--	--	--	--	--	---	--

Calendario de LinkedIn						
N°	Fecha	Horario	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	N° de piezas gráficas
1	1 de octubre 2024	5 pm	Post pieza gráfica	Branding	<p>Sí deseas que tu marca crezca y adquiera más clientes potenciales, estas en el lugar indicado.</p> <p>Soy Lorena Olivares, laboro como estrategia digital, periodista, creadora</p>	1

					<p>de contenido, fotógrafa y asesora de marketing digital.</p> <p>Para mí es un gusto ayudarte a desarrollar estrategias en pro del crecimiento digital.</p> <p>#LorenaOlivares #marketingdigital #estrategadigital #branddesigner</p>	
2	2 de octubre 2024	4 pm	Video “Potencia tu marca a otro nivel, te ofrecemos nuestros servicios”	Venta	<p>¡Deseas potenciar tu marca a otro nivel por encima de tu competencia digital! No desaproveches la oportunidad y contrata cualquiera de nuestros servicios de marketing digital.</p> <p>#contentcreator #LorenaOlivares #estrategadigital #ventasdigital #promodigital</p>	*
3	3 de octubre	7 pm	Carrusel 5 Consejos para potenciar tu perfil de LinkedIn	Contenido de valor	<p>LinkedIn es la principal red social orientada para los profesionales y orientada a los negocios y al mercado laboral. Sí tu ya tienes tu perfil presta mucha atención a estos consejos para logra una mayor promoción a nivel profesional.</p>	6

4	4 de octubre	2 pm	Post Pieza gráfica ¿Sabes qué es un CTA?	Educación	También conocido como “Llamada a la acción” es un elemento visual y textual que motiva a los usuarios a realizar una acción específica. Para tu sitio o red son necesarias ya que ayudan a avanzar al usuario por el embudo de las ventas. #CTA #marcapersonal #estrategiasdigitales #marketing #LorenaOlivares	1
5	5 de octubre 2024	11 am	Carrusel 6 Elementos del Branding	Branding	El branding es una estrategia que implica la gestión total de una marca por ello incluye la planificación de elemtnos puntuales que te presentamos hoy en el siguiente post. #branding #marca personal #identidadvisual	4
6	6 de octubre 2024	12 md	Post pieza gráfica ¿Conoces nuestros servicios?	Venta	¿Tu negocio o empresa necesita posicionarse o redefinir su estrategia de contenido? Lorena Olivares te brinda servicios de marketing y estrategias digitales. Contáctanos vía mensaje y con gusto te responderemos.	1

7	7 de octubre 2024	3 pm	Video El marketing de contenido nos ayuda a:	Educación	Una estrategia digital necesita del marketing de contenido una técnica basada en crear contenido de valor e interés para las audiencias o público objetivo. Descubre cómo puede ayudar a tu negocio o marca el marketing de contenido. #plandecontenido #contentcreator #estratega digital	1
8	8 de octubre 2024	5 am	Post pieza gráfica 7 Call to Action Efectivas	Contenido de valor	Añade a tus publicaciones un call to action, esto le indicará a tu audiencia que realizar a continuación. ¿Debería comentar? ¿Debería darle like? ¿Debería comprar? Descubre cuáles aplicar en tus post. #copywriting #SEO #marcapersonal #engagement	1
9	9 de octubre de 2024	8 am	Post pieza gráfica ¿Qué es el marketing?	Educación	El marketing no es publicar o postear, abarca actividades como investigación de mercados y clientes. Descubre su concepto. #marketing #marketingdigital #LorenaOlivares	1
10	10 de octubre de 2024	1 pm	Post pieza gráfica	Venta	Posicionar una marca es una tarea que implica tiempo y dedicación para	1

			Te ayudamos a impulsar tu empresa		consolidarse en la mente de los consumidores. En Lorena Olivares tenemos las técnicas y estrategias para facilitarte tu posicionamiento en el mercado. Contrata ahora nuestros servicios vía mensaje y obtén un descuento en paquetes de estrategias digitales.	
11	11 de octubre de 2024	2 pm	Post pieza gráfica Branding vs marketing	Branding	<p>Cuando hablamos de branding recurrimos a estrategias que apelan a las emociones y valores a transmitir para posicioanr una marca. Por otro lado el marketing su objetivo no es solo posicionarse sino obtener un beneficio cuantificable.</p> <p>#brandingtips #marketingonline</p>	1
12	12 de octubre 2024	10 am	Post Carrusel 4 Aplicaciones para crear contenido	Contenido de valor	<p>Las apps te facilitan herramientas online para crear piezas gráficas y editarlas de manera creativa. Existe una amplia variedad desde diseños prediseñados, plantillas, editores, etc. Te presento 4 apps con las que puedes iniciar a crear y mejorar tus piezas gráficas para tu negocio o red social.</p>	5

					#tipspararedes #redessociales #marketindecontenido #contentcreator	
13	13 de octubre 2024	11 am	Post pieza grafica Beneficios del marketing online	Educación	El marketing online es imprescindible para una marca o negocio, las empresas que no tiene presencia online pierden crear una comunidad entorno a la marca y también clientes potenciales #marketingonline #Lorena olivares #marca	1
14	14 de octubre 2024	4pm	Post Pieza grafica Conoces nuestros servicios	Venta	Destacamos en el ámbito del marketing digital y es un gusto poder ayudar a mejorar tus redes y marca. #LorenaOlivares #marcapersonal	1
15	15 de octubre de 2024	6 am	Post carrusel Cómo hacer un plan de contenidos para redes	Contenido de valor	Planificar un plan de contenido puede ahorrarte tiempo. Sin embargo, el rendimiento de tus publicaciones depende del contenido eficaz que planifiques. Toma en cuenta estos pasos a la hora de crear tu plan para redes sociales y mejora la experiencia web de tu marca y cliente.	7

#marcapersonal #plandecontenido
#contentcreator
#marketingdecontenido
#LorenaOlivares

BIBLIOGRAFÍA

- Juan, S. (26 de Agosto de 2021). *DigitalContent*. Obtenido de <https://digitalcontent.pro/blog/que-son-las-seo-keywords/#:~:text=Las%20keywords%20son%20extremadamente%20importantes,una%20gran%20cantidad%20de%20tr%C3%A1fico>.
- Pursell, S. (10 de agosto de 2019). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Redegal. (21 de marzo de 2024). *Redegal*. Obtenido de <https://www.redegal.com/es/blog/calendario-contenidos-redes-sociales/>
- Tefa, A. (19 de junio de 2024). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>
- Universidades, S. (2 de noviembre de 2022). *Santander Open Academy*. Obtenido de <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/ejemplo-de-kpi.html>