

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



**TÍTULO:**

**ESTRATEGIA DIGITAL, MARCA PERSONAL: JESSICA MIRELLA HERNÁNDEZ  
MÁRTIR**

**PRESENTADO POR:**

**KARLA PATRICIA HERNÁNDEZ AYALA          HA19011**

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACIÓN:**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

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

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA  
**RECTOR**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA  
**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA  
**FISCAL GENERAL**

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

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

**MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA  
DECANO**

**MAESTRA MARIA CRUZ JURADO  
VICEDECANA**

**MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA  
SECRETARIA**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
AGRADECIMIENTOS.....	6
RESUMEN .....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
ANÁLISIS DE SITUACIÓN .....	10
Logo de la marca .....	12
Competencia .....	13
OBJETIVOS .....	23
Objetivo General.....	23
Objetivo Especifico .....	23
BUYER PERSONA .....	24
CANALES DIGITALES.....	30
PLAN DE CONTENIDO .....	31
ESTRATEGIA SEO .....	33
MEDICIÓN Y ANÁLISIS .....	41
CALENDARIO DE CONTENIDOS .....	43
REFERENCIAS .....	58

## AGRADECIMIENTOS

La dedicación y el esfuerzo han sido constantes compañeros en este camino, pero también lo han sido las palabras de aliento y el respaldo de quienes me rodean. Hoy, en este capítulo final, quiero agradecer a quienes hicieron posible este sueño.

Agradezco profundamente a Dios por permitirme alcanzar este logro, por darme la capacidad de aprender, de crecer y de superar cada reto, que en cada paso de este viaje me brindó sabiduría, serenidad y motivación.

A mi familia, que siempre me apoyó incondicionalmente y me motivó a seguir adelante, principalmente a mi mami, que ha sido el mayor pilar de mi vida. Gracias por tu infinito amor, por cada sacrificio, cada consejo, cada momento de apoyo, por limpiar mis lágrimas y por enseñarme a luchar por mis sueños con valentía. Este logro es el reflejo de la increíble mujer que eres, porque todo lo que tengo y lo que soy es gracias a ti, te amo mami.

Gracias a mi hermana, que ha sido siempre mi mayor ejemplo de responsabilidad y valentía, que con sus palabras de aliento y a veces regaños, me ha enseñado a no rendirme, a no dejar que mis temores e inseguridades me venganzan. Gracias por enseñarme que las adversidades de la vida hay que enfrentarlas con la frente en alto, pero sobretodo, gracias porque en más de una ocasión me has demostrado el valor de la lealtad y que con una hermana, las cargas de la vida son más livianas.

Un agradecimiento especial a aquellos que ya se adelantaron, a mis abuelos papá Manuel y mamá Rosita, aunque ya no están físicamente en este plano terrenal, sé que desde el cielo están orgullosos de su pequeña Karlita.

A los amigos que esta carrera me regaló, mis compañeros de batalla, Roberto y Bianca, con quienes compartí largas jornadas de trabajo, desvelos, risas, llantos y momentos de incertidumbre. Su amistad y compañerismo no solo hicieron este camino más fácil, sino también inolvidable. Gracias por todas las veces que me caí y me levantaron, por no dejarme sola y siempre ayudarme a confiar en mi misma.

A mis amigas de StayZone, que por coincidencia o azares del destino nos conocimos y rápidamente se convirtieron en mi lugar seguro, que llegaron justo cuando más lo necesitaba y juntas aprendimos a enfrentar la vida de adulto.

Finalmente, a cada docente y compañero que fue parte de mi preparación profesional durante estos seis años de carrera, principalmente a la Lic. Liliana Carranza, que siempre con una sonrisa nos motivó a aprender para ser grandes periodistas.

Gracias a Beyoncé.

## RESUMEN

El siguiente trabajo es la puesta en práctica de la teoría recibida durante el curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales, en el que se explora el desarrollo de una estrategia digital de la marca personal “Mirella Martír”, cuyo objetivo es posicionarla de manera efectiva en el mercado digital, proyectando una imagen profesional auténtica y diferenciada. La propuesta estratégica se basa en la creación de contenido de valor que refleja sus conocimientos, estilo y valores, incluyendo tácticas de storytelling, optimización de perfil, gestión de redes sociales, y una estructura de comunicación en plataformas clave como Instagram, LinkedIn y Facebook. El plan estratégico propone lineamientos para la creación de contenido visual y escrito que refleje la autenticidad y valores únicos de Mirella Martír, generando una conexión genuina con su audiencia y aumentando su visibilidad profesional.

*Palabras Clave: Marketing Digital, Estrategia Digital, Redes Sociales, Marca Personal, SEO, Engagement, Contenido, Plataformas digitales.*

# INTRODUCCIÓN

La estrategia digital de una marca es esencial para destacar en un entorno competitivo y en constante evolución. En la era digital actual, el concepto de marca personal se ha convertido en una herramienta esencial para el posicionamiento profesional y la construcción de una reputación sólida. Las plataformas digitales ofrecen un espacio accesible y dinámico donde los individuos pueden proyectar su identidad profesional, conectar con sus audiencias y construir relaciones de valor.

El presente trabajo aborda los aspectos fundamentales de la construcción de la marca personal de Mirella Mártir en plataformas digitales, desde la definición de objetivos y valores hasta la planificación de contenidos y la elección de canales adecuados. Con un enfoque basado en las tendencias actuales de branding y marketing digital, se explorarán las temáticas adecuadas de creación de contenido, el engagement con la audiencia y la gestión de la reputación en línea. Asimismo, se identificarán las oportunidades de crecimiento y los posibles retos que enfrentará la marca en su camino para consolidarse como referente en su área.

Como content manager, Mirella Mártir entiende que una presencia sólida en línea no solo aumenta la visibilidad, sino que también fortalece la conexión con el público, mejora la reputación de la marca y genera oportunidades de negocio. Implementar una estrategia digital efectiva permite optimizar recursos, medir resultados en tiempo real y adaptar acciones para lograr un impacto duradero en los consumidores.

# ANÁLISIS DE SITUACIÓN

## **Presencia digital actual**

Mirella Mártir Content Manager, es una marca que se encuentra en vías de surgimiento y conformación. Las redes sociales donde tiene presencia es: Facebook y LinkedIn, de las cuales se adjunta al final del análisis los enlaces. Con una cantidad de seguidores menor, es una cuenta que no tiene interacción ni posicionamiento como tal.

Los retos de la marca son:

1. Posicionar y dar a conocer los servicios
2. Analizar al público objetivo de la marca.
3. Generar propuestas y contenido de alto valor.
4. Conectar con las audiencias.

Es oportuno que la marca expanda sus redes sociales y plataformas digitales, abriéndose camino en Instagram, Tik Tok, X, YouTube entre otras. Es importante valerse del contenido de la competencia, y ver si es funcional en las redes sociales, esto puede dar un parámetro más amplio del contenido que se va a generar y su impacto.

## **Descripción de la marca**

La historia de la marca de Mirella Mártir comienza con una pasión por la creatividad y el deseo de conectar a través de las plataformas digitales. Con experiencia en edición de videos, fotografía y gestión de redes sociales, Mirella ha perfeccionado su habilidad para transformar ideas en contenido atractivo y profesional.

A lo largo de su carrera, ha entendido la importancia de la comunicación fluida y efectiva, lo que la ha llevado a especializarse en el manejo de redes sociales, asegurando que cada

proyecto en el que se involucra refleje compromiso, responsabilidad y creatividad. Su enfoque es sencillo: ayudar a instituciones, empresas y ONG's a mejorar su presencia digital, creando conexiones auténticas y duraderas con su audiencia.

Con su marca, Mirella no solo busca ofrecer servicios, sino también construir relaciones de confianza, demostrando que detrás de cada post, video o fotografía, hay una profesional dedicada a dar lo mejor de sí misma.

## FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La marca es nueva.</li> <li>• La atención personalizada que se ofrece es un gancho en el mercado.</li> <li>• Persona capacitada y multifacética.</li> <li>• Con alto sentido de responsabilidad y creatividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartera de clientes es reducida.</li> <li>• Equipo reducido.</li> <li>• Sobrecarga de trabajo</li> <li>• Falta de conocimientos técnicos de diseño.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay oportunidad en el mercado actual.</li> <li>• Existen proyecciones</li> <li>• Expansión de canales digitales.</li> <li>• Posicionamiento de marca en el mercado.</li> <li>• Automatización de herramientas con AI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay mucha competencia</li> <li>• Cambio constante de las audiencias.</li> <li>• Empresas con equipo capacitado.</li> <li>• Cambio de los algoritmos en las redes</li> </ul>

## Logo de la marca

Mirella Mártir, es una marca que representa a una empresa que genera contenido multimedia para redes sociales y plataformas digitales. Presentamos el imagotipo donde va representado por un vector (imagen) y una leyenda; a continuación presentamos su significado:



## **Link de redes sociales**

- Facebook: <https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?>

## **Competencia**

En el mundo digital y de creadores de contenido, hay un alto flujo de competencia, por ello hemos elegido a 3 Content Manager que son parte de la competencia:

### **1. Andrea Vega (Instagram)**

Fundadora de Erex Marketing, esta empresa se dedica al manejo de redes sociales y promete posicionar a la empresa en 90 días. El contenido de la empresa está orientado a dar consejos a los futuros creadores de contenido, su fuerte son los reels y tienen un alto alcance. La cuenta tiene más de cinco mil seguidores y sus publicaciones tienen un flujo de interacciones bastante bueno.

Sus publicaciones tienen un número bastante bueno de likes e interacciones, ejemplo de ello:

### **Instagram**

- Cantidad de publicaciones: 17
- Tipos de publicación: Reels
- Diferencia de contenido: Sus publicaciones son videos únicamente.



Me gusta: 12, 241  
Comentarios: 353

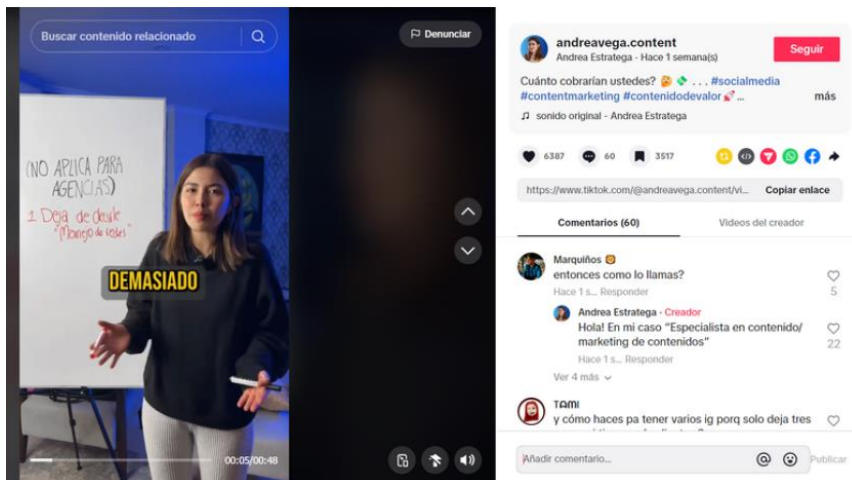
Me gusta: 4,285  
Comentarios: 31



Dentro de su feed se encuentran consejos, sus copys son atrayentes y con la particularidad que esta utiliza los Hashtag, esto conecta a las personas que buscan contenido a fin. No utiliza Facebook, X, LinkedIn. Utiliza Tik Tok, donde tiene más de doce mil seguidores y una cantidad saludable de interacciones.

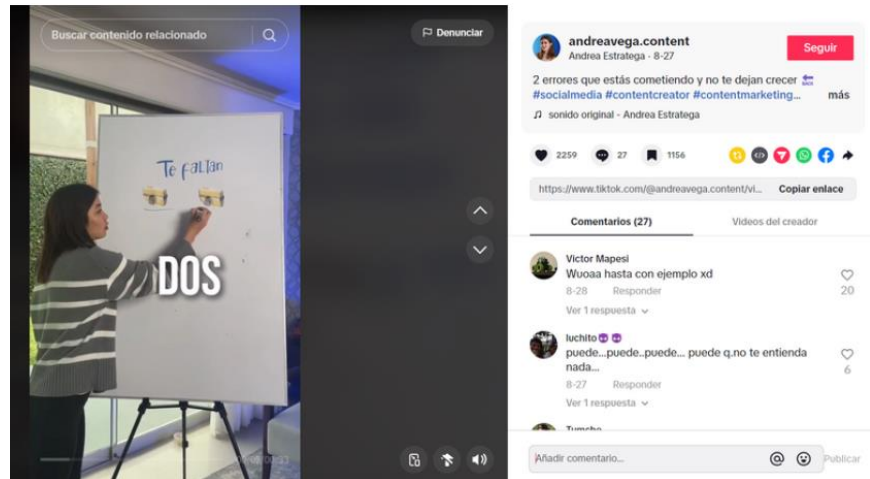
## Tik Tok

- ✓ Cantidad de publicaciones: 55
- ✓ Tipos de publicación: Videos
- ✓ Diferencia de contenido: Sus publicaciones son videos únicamente.



Me gusta: 6,387  
Comentarios: 60  
Guardado: 3,517  
Vistas: 90,000+

Me gusta: 2,259  
Comentarios: 27  
Guardado: 1.156  
Vistas: 43,000+



Las vistas juegan un papel importante en las redes sociales, sobre todo en Tik Tok ya que posicionan mejor la marca y son métricas seguras del éxito de un contenido de alto valor.

Andrea Vega posee su página web donde promociona sus cursos de Marketing Digital y posicionamiento de marcas.



Página web donde se promociona sus cursos.

## 2. Level Agencia Creativa (Instagram)

Son una agencia que ofrece sus servicios en la generación de contenido, posicionamiento de marca y estrategias de marketing. Dicha agencia tiene experiencia en la creación de contenido; su feed de Instagram esta ordenado y limpio, sin embargo no tiene un alcance palpable y sus publicaciones son planas con imágenes, bien elaboradas gráficamente, pero sin experiencia viva.

Tiene una cantidad de seguidores muy baja 443 seguidores y muy poca experiencia en el mercado con marcas poco conocidas. El índice de interacciones es bajo. Utiliza Facebook con una cantidad considerable de seguidores tres mil doscientos, sin embargo, no actualizan su página desde el 2021.

No utilizan otras redes sociales. A continuación presentamos ejemplos de su contenido:

## Instagram

- ✓ Cantidad de publicaciones: 209
- ✓ Tipos de publicación: Post
- ✓ Diferencia de contenido: contenido plano, sin reels



Me gusta: 27  
Comentarios: 0

Me gusta: 36  
Comentarios: 6



Los copys de sus publicaciones son objetivos, conectan con los hashtag, sin embargo, fallan en lo visual, dejando de lado la interacción, lo real con las personas.

## Facebook

- ✓ Cantidad de publicaciones: 23
- ✓ Tipos de publicación: Post
- ✓ Diferencia de contenido: contenido plano, sin reels



Me gusta: 0  
 Comentarios: 0  
 Compartido: 0

Me gusta: 5  
 Comentarios: 0  
 Compartido: 16





Me gusta: 0  
Comentarios: 0  
Compartido: 0

No hay conexión con las audiencias, lo real pasa a un segundo plano, debe orientar su deber ser con mostrar sus proyectos y satisfacción de los clientes.

### **3. Marketing Kreativo (Instagram)**

Orientados a administrar redes sociales, publicidad y asesoría corporativa, es una página saludable, un poco desordenado el feed de Instagram, con una cantidad de mil trescientos diecisiete seguidores y con flujo saludable de interacciones. Tienen una conexión con las personas y muestran su portafolio de trabajo. Su público meta en apariencia son las pequeñas empresas a las cuales les ofertan paquetes alcanzables para un microempresario.

En Facebook tienen dos mil seguidores y tiene un flujo constante de publicaciones, y la audiencia los recomienda. Se analizaron las publicaciones con mayor alcance.

## Instagram

- ✓ Cantidad de publicaciones: 82
- ✓ Tipos de publicación: Post y Reels.
- ✓ Diferencia de contenido: Contenido plano e interactivo con los reels.



Me gusta: 7  
Comentarios: 6

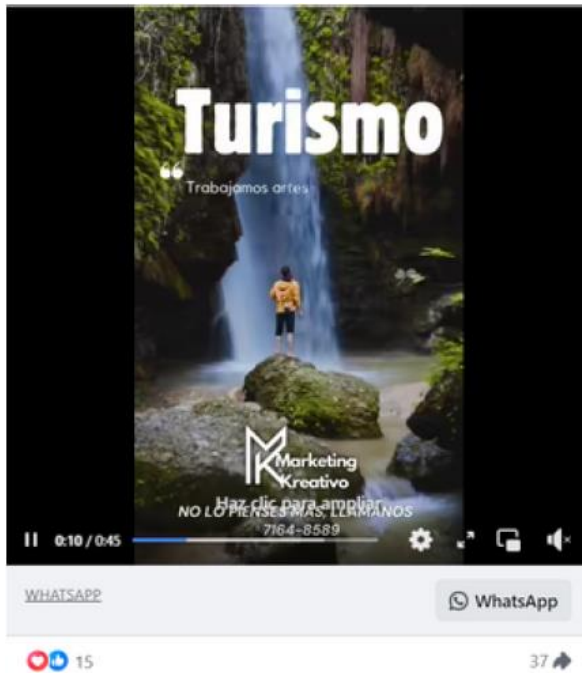
Me gusta: 7  
Comentarios: 6



Los copys de las publicaciones algunos son ordenados y con impacto, otros solamente son referenciales y sin impacto. Conectan con los hashtags aunque son pocas interacciones muestran su trabajo objetivo.

## Facebook

- ✓ Cantidad de publicaciones: 30 (últimos 3 meses)
- ✓ Tipos de publicación: Post y Reels
- ✓ Diferencia de contenido: Contenido plano e interactivo con los reels



Me gusta: 15  
Comentarios: 0  
Compartido: 37

Me gusta: 6  
Comentarios: 1  
Compartido: 0





Me gusta: 21  
 Comentarios: 3  
 Compartido: 39

Aparte de sus servicios ofrecen formación, y eso es un plus expandiendo sus horizontes y dándose a conocer en el rubro del marketing digital.

### **Canales Digitales de la Competencia**

<b>Nombre comercial</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>LinkedIn</b>	<b>Web</b>	<b>Tik Tok</b>
<b>Andrea Vega</b>	No posee	andreaestratega	No posee	Plan Creator	Andrea Estratega
<b>Level Agencia Creativa</b>	Level Agencia Creativa	Level.agenciacreativa	No posee	No posee	No posee
<b>Marketing Kreativo</b>	Marketing Kreativo 503	Marketing_kreativo503	No posee	No posee	No posee

# OBJETIVOS

## Objetivo General

Impulsar las propuestas de valor que ofrece el content manager mediante el desarrollo de estrategias innovadoras y personalizadas que optimicen la creación, distribución y análisis de contenido digital, garantizando una mayor visibilidad, interacción y fidelización de la audiencia, al tiempo que se maximiza el retorno de inversión y se adaptan continuamente las tácticas a las nuevas tendencias y cambios del mercado.

## Objetivo Especifico

- Mejorar los índices de creatividad impulsando las capacitaciones para el equipo creativo.
- Ofrecer un servicio de calidad para la cartera de clientes, utilizando las herramientas profesionales para medir el impacto de las campañas.
- Promover el uso de inteligencia artificial para automatizar el trabajo creativo.
- Generar contenido tomando como base las tendencias actuales,
- Posicionar las marcas en un plazo de 60 a 90 días calendario.
- Analizar las tendencias y actualizar al equipo con las mismas.
- Aumentar la cartera de clientes en un plazo no mayor a 3 meses en un 90%.

# BUYER PERSONA

## BUYER PERSONA

Facebook



Camila Guardado

Edad: 31 años

Dueña de mini supermercado

Ubicación: Santa Tecla, La Libertad

Familia: Soltera

Ingresos: \$1650 mensuales

Carácter: Creativa y apasionada

### Objetivos y necesidades

- Posicionar su marca en el mercado
- Conocer su público objetivo
- Revitalizar redes sociales de la empresa
- Expandir las redes sociales (Tik Tok e Instagram)

### Miedos y Frustraciones

- Al fracaso
- Quedarse sin formación continua
- A los nuevos retos
- A las nuevas tecnologías
- A no manejar bien redes sociales

### Intereses

- Edición de videos
- Redes sociales
- Leer y formarse
- Innovación de productos

### Comportamiento

- Le apasiona la edición de videos
- Le gusta formarse sobre marketing y comercio
- Estudia a las personas y su comportamiento

### Ofrecemos

- Formación continua sobre marketing digital
- Creación y administración de redes sociales
- Creación de contenido de valor
- Posicionamiento de marca

# BUYER PERSONA

Facebook



Juan Pablo Mena

Edad: 35 años

Dueño de restaurante

Ubicación: San Benito, San Salvador

Familia: Casado

Ingresos: \$1875 mensuales

Carácter: Optimista y

Carismático

## Objetivos y necesidades

- Posicionar su marca de hamburguesas en las redes sociales.
- Aperturar redes sociales
- Generar contenido de valor
- Crecer financieramente

## Miedos y Frustraciones

- No tener el personal adecuado
- No obtener el alcance deseado
- No tener el tiempo para generar y revisar redes sociales.

## Intereses

- Cocinar
- Ver series y documentales
- Le gusta escribir recetas
- Redes sociales

## Comportamiento

- Lee sobre marketing digital
- Revisa redes sociales de otros restaurantes
- Le gusta pasar tiempo con su familia

## Ofrecemos

- Creación y posicionamiento de marca en redes sociales
- Apertura de cuentas
- Estudiar marca y generar contenido de valor
- Posicionamiento de marca en un plazo de 60 días

# BUYER PERSONA

Facebook



Owen Martínez

Edad: 47 años

Dueño de ferretería

Ubicación: Aguilares, San Salvador

Familia: Casado

Ingresos: \$1250 mensuales

Carácter: Conservador y alegre

## Objetivos y necesidades

- Generar alcance en redes sociales de la empresa
- Mejorar la imagen de la marca
- Dar a conocer sus productos y servicios
- Involucrar a sus hijos en el manejo de redes y creación de contenido

## Miedos y Frustraciones

- Al Fracaso
- A quebrar el negocio
- A no estar actualizado con las tendencias
- Que sus hijos no se interesen por el negocio
- Poco impacto en redes

## Intereses

- Viajar
- Correr y hacer senderismo
- Comer
- Leer y cocinar

## Comportamiento

- Lee sobre posicionamiento de marca
- Le gusta el diseño gráfico
- Tiene grupo de amigos con el que estudian sobre Marketing

## Ofrecemos

- Rebranding de la marca
- Posicionar redes sociales y utilizar Google ADS
- Capacitar al personal
- Generar contenido de valor
- Toma de video y fotografías.
- Crear catalogo online

# BUYER PERSONA

Linkedin



**Belén Campos**

Edad: 35 años

Dueña de empresa de fotografía y video

Ubicación: San Salvador, San Salvador

Familia: Acompañada

Ingresos: \$2400 mensuales

Carácter: Seria y Apasionada

## Objetivos y necesidades

- Posicionar su imagen en LinkedIn
- Generar contenido para apoyar a emprendedores con toma de video y foto
- Incursionar en el mundo del Coaching
- Impulsar a las futuras generaciones

## Miedos y Frustraciones

- A no tener impacto
- A fracasar
- A que mi negocio pierda clientes
- A hacer las cosas mal
- A que mi contenido no le guste a las personas
- A las críticas

## Intereses

- Tomar fotografías
- Tomar videos
- Viajar
- Leer, escribir y editar

## Comportamiento

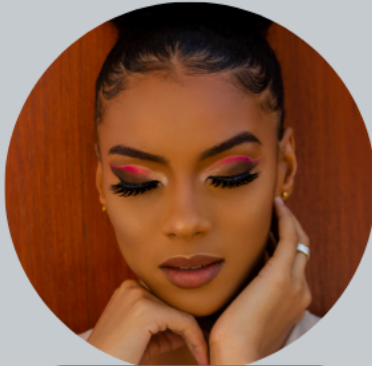
- Escribe sobre fotografía y video
- Edita su contenido
- Es una profesional que quiere ayudar a las futuras generaciones

## Ofrecemos

- Curso del arte del Storytelling
- Curso de redacción acertiva
- Posicionar blogs y perfil profesional de la persona
- Generar contenido de valor como blogs, videos

# BUYER PERSONA

LinkedIn



Teresa Romero

Edad: 27 años

Maquillista profesional

Ubicación: La Palma,  
Chalatenango

Familia: Casada

Ingresos: \$1900 mensuales

Carácter: Creativa y  
apasionada

## Objetivos y necesidades

- Posicionar perfil profesional
- Generar contenido de valor
- Mostrar el trabajo realizado
- Generar cursos online de maquillaje

## Miedos y Frustraciones

- A las críticas
- Al fracaso
- A no estar actualizada con las tendencias
- A perder clientes
- A no tener el impacto requerido en redes sociales

## Intereses

- Maquillaje
- Comer y cocinar
- Las fiestas
- Aprender

## Comportamiento

- Capacitación constante
- Maquillista reconocida y con influencia positiva
- Le apasionan las redes sociales
- Le gusta generar contenido

## Ofrecemos

- Curso de fotografía y video
- Curso de redacción y expresión oral
- Manejo de redes sociales y posicionamiento en LinkedIn
- Creación de blogs creativos

# BUYER PERSONA

LinkedIn



Francisco Dubon

Edad: 33 años

Dueño de empresa turística

Ubicación: Santa Elena, La Libertad

Familia: Soltero

Ingresos: \$2300 mensuales

Carácter: Serio y creativo

## Objetivos y necesidades

- Posicionar perfil profesional y de la marca
- Generar contenido de sus viajes
- Posicionar sus redes sociales
- Abrir LinkedIn y posicionar perfil profesional

## Miedos y Frustraciones

- A las críticas
- A que la gente no le guste el contenido
- A no saber como expresar lo que tengo en mente
- A no estar actualizado en las tendencias de viajes

## Intereses

- Viajar
- Organizar grupos turísticos
- explorar nuevos lugares

## Comportamiento

- Persona que viaja mucho
- Organizado
- Muy intelectual y con conocimientos de destinos turísticos
- Apasionado por el mundo

## Ofrecemos

- Curso de audiovisuales y el arte del stoytelling
- Manejo y posicionamiento de redes sociales
- Creación de blogs de viajes
- Posicionar marca profesional en LinkedIn

## CANALES DIGITALES

Mirella Mártir Content Manager, tiene presencia en 2 redes sociales: Facebook y LinkedIn, sin embargo, se sugiere que pueda abrir nuevos horizontes, aperturando Tik Tok, Instagram y X.

- **Facebook:** Se necesita potenciar la presencia de la marca, valiéndose de publicaciones atractivas, videos cortos pero con un alto valor de información. Se debe segmentar las audiencias y valerse de Meta para poder gestionar las redes, contenido y publicidad.
- **LinkedIn:** Es una red social para profesionales, es importante que el perfil se pueda nutrir con contenido, pequeños blogs, fotografías del quehacer de la empresa y a que marcas le prestan el servicio, eso visibiliza y genera confianza y credibilidad.
- **Instagram:** La empresa no posee cuenta ahí, para ampliar el mercado, generar credibilidad de futuros clientes, es importante que se pueda abrir y alimentar con contenido de valor el feed de esta red. Es importante conectar con las audiencias y ser una red amigable y orgánica.
- **X:** La marca no tiene presencia en esta red, sin embargo está es más de noticias, es importante que tenga presencia, generando hilos, publicando fotos y videos que fortalezcan a la marca y los clientes tengan una referencia más amplia de la empresa.
- **Tik Tok:** Es una red exclusivamente de videos, esta red ha posicionado a personas y marcas, por eso es importante el buen uso de la red, generando videos con storytelling previamente diseñados. Usar hashtags será de mucha importancia para posicionar la marca.

# PLAN DE CONTENIDO

## Objetivos del Plan:

1. Posicionar a Mirella y su trabajo como experta en el manejo de redes sociales y edición audiovisual.
2. Mostrar la calidad de su trabajo con contenido que pueda mostrar su portafolio y sus conocimientos, esto con el fin de generar credibilidad en la marca.
3. Mostrar la confianza que marcas amigas deposita en Mirella Mártir destacando su compromiso, responsabilidad y profesionalismo.
4. Aumentar la interacción con su público objetivo y conectando con las audiencias, no solo se busca mostrar sus servicios, sino que una conexión con el público en general y el público objetivo, que son los clientes potenciales.

## Pilares de Contenido:

1. **Creación de contenido de calidad:** generar contenido que vaya ad hoc a las tendencias digitales.
2. **Educación sobre Marketing Digital:** Educar y hacer contenido orientado a posicionar la imagen de Mirella Mártir y que pueda educar a la comunidad con: blogs, videos cortos de Tik Tok, Facebook e Instagram.
3. **Testimonios de marcas:** Buscar marcas con las que Mirella Mártir ha trabajado para generar credibilidad en la marca y los servicios.
4. **Difusión y posicionamiento:** Competir con las diversas marcas del mercado, ofreciendo servicios de calidad a un precio justo.
5. **Análisis de mercado:** Ofrecer servicio de análisis para poder posicionar una marca en el mercado.

6. **Tendencias y desarrollo de marca:** Estar a la vanguardia con tendencias y algoritmos.
7. **Memes y entretenimiento:** Captar la atención a través del humor.
8. **Promoción de marca:** Promocionar los servicios de Mirella y ofrecer las activaciones de marca como un plus en sus servicios.

## Contenidos de la Estrategia

Marketing de Contenidos	Branding	Ventas	Interacciones
<b>Blogs Personalizados</b>	Post con imagen que capte atención	Ofrecer sus servicios de Content Manager, con temáticas de interés sobre Marketing Digital	Linkedin y Facebook
<b>Infografías</b>	Gráficos sobre temas interesantes de marketing digital.	Toda pieza gráfica, debe llevar la marca de Mirella Mártir.	Facebook y Linkedin
<b>Contenido audiovisual</b>	Video en formato vertical, con un buen captión que atrape a quien lo vea.	Ofrecer sus servicios como Content Manager.	Facebook
<b>Webinars</b>	Ofrecer seminarios sobre diversos temas de interés en el mundo de Marketing Digital.	Pieza gráfica y audiovisual Atrayente.	Facebook y Linkedin
<b>Servicios</b>	Ofrecer sus servicios específicos.	Contenido audiovisual y post con los paquetes que se ofertan.	Facebook y Linkedin

# ESTRATEGIA SEO

## **Objetivo:**

- Generar contenido basado en tendencias actuales.

## **Acciones:**

- Utiliza herramientas como Google Keyword Planner, Ahrefs o SEMrush para identificar palabras clave relevantes y tendencias emergentes en la industria.
- Analiza las búsquedas relacionadas y preguntas frecuentes para desarrollar contenido que responda a las necesidades de la audiencia.

## **Palabras Claves:**

### Creación de contenido de calidad

- Contenido de calidad
- Estrategia de contenido
- Marketing de contenidos
- Creación de contenido
- Escritura persuasiva
- Calidad del contenido
- Engagement
- Técnicas de storytelling
- Optimización de contenido
- Formato de contenido

## Educación sobre Marketing Digital

- Marketing digital
- Curso de marketing digital
- Estrategias de marketing digital
- SEO (optimización para motores de búsqueda)
- SEM (marketing en motores de búsqueda)
- Redes sociales
- Marketing de contenidos
- Email marketing
- Análisis de datos
- Marketing de afiliación

## Testimonios de marcas

- Testimonios de clientes
- Opiniones de marcas
- Reseñas de productos
- Estudios de caso
- Comentarios de clientes
- Historias de éxito
- Experiencias de clientes
- Pruebas sociales
- Testimonios en video
- Valoraciones de productos

## Difusión y posicionamiento

- Visibilidad en línea
- Marketing de influencia
- Difusión de contenido
- Tácticas de posicionamiento
- Construcción de marca
- Audiencia objetivo
- Optimización de motores de búsqueda
- Estrategia de medios
- Análisis de mercado
- Branding
- Crecimiento orgánico

## Análisis de mercado

- Análisis de mercado
- Investigación de mercado
- Segmentación de mercado
- Tendencias de mercado
- Competencia
- Estudio de mercado
- Demografía
- Datos de mercado
- Comportamiento del consumidor
- Análisis de la competencia

## Tendencias y desarrollo de marca

- Desarrollo de marca
- Tendencias de branding
- Identidad de marca
- Estrategia de marca
- Posicionamiento de marca
- Construcción de marca
- Rebranding
- Valor de marca
- Diferenciación de marca
- Marketing de marca

## Memes y entretenimiento

- Humor en línea
- Contenido viral
- Redes sociales
- Tendencias de memes
- Creación de memes
- Memes populares
- Entretenimiento digital
- Comedia en línea
- Gifs divertidos
- Humor visual

## Promoción de marca

- Promoción de marca
- Estrategia de marketing
- Publicidad de marca
- Identidad de marca
- Campañas publicitarias
- Marketing digital
- Redes sociales
- Influencer marketing
- Contenido patrocinado
- Relaciones públicas

## **Creación de Contenido de Calidad**

### **Objetivo:**

- Mejorar los índices de creatividad y ofrecer un servicio de calidad.

### **Acciones:**

- Desarrolla un calendario de contenido que incluya artículos, infografías, videos y otros formatos atractivos.
- Incorpora las palabras clave identificadas de manera natural en el contenido.
- Asegúrate de que el contenido sea útil, informativo y que resuelva problemas específicos de la audiencia.

## **Análisis y Monitoreo**

### **Objetivo:**

- Medir el impacto de las campañas y adaptarse a nuevas tendencias.

### **Acciones:**

- Implementa herramientas como Google Analytics y Google Search Console para monitorear el tráfico, la tasa de clics (CTR) y la posición de búsqueda.
- Realiza auditorías SEO periódicas para identificar áreas de mejora.
- Ajusta las estrategias en función de los datos recopilados y de las tendencias del mercado.

## **Uso de Inteligencia Artificial**

### **Objetivo:**

- Promover el uso de herramientas automatizadas.

### **Acciones:**

- Implementa herramientas de IA para analizar grandes volúmenes de datos y generar informes sobre el rendimiento SEO.
- Utiliza plataformas de contenido automatizado para sugerir temas o incluso generar borradores iniciales.

## **Formación Continua del Equipo**

### **Objetivo:**

- Actualizar al equipo sobre tendencias y mejoras.

### **Acciones:**

- Organiza talleres y sesiones de capacitación sobre las últimas tendencias en SEO y herramientas digitales.
- Fomenta la colaboración entre el equipo creativo y el equipo de SEO para integrar estrategias.

## **Optimización On-Page**

### **Objetivo:**

- Aumentar la visibilidad y el retorno de inversión.

### **Acciones:**

- Optimiza etiquetas de título, meta descripciones y encabezados (H1, H2) para incluir palabras clave.
- Utiliza URL amigables y descriptivas.
- Mejora la legibilidad y la estructura del contenido para facilitar la experiencia del usuario.

## Keyword Planner

Marketing de Contenidos	Branding	Ventas	Interacciones
<b>Promoción de marca</b>	Activamos tu marca.	Activaciones de marca, branding, promocionales.	Contacto directo con audiencia.
<b>Producción de videos cortos</b>	Contenido de calidad.	Confianza de las marcas.	Redes Sociales.
<b>Análisis de rendimiento de contenido</b>	Posicionar marca.	Herramientas de medición de interacciones y audiencias.	Gráficos.
<b>Asesoría en branding</b>	Estudio de mercado.	Mejorar marca e imagen de la misma.	Diseño gráfico
<b>Colaboraciones con influencers</b>	En buenas manos.	Recomendación de influencers y embajadores de marca.	Estrategia

# MEDICIÓN Y ANÁLISIS

## Objetivo General

Impulsar las propuestas de valor que ofrece el content manager mediante el desarrollo de estrategias innovadoras y personalizadas que optimicen la creación, distribución y análisis de contenido digital, garantizando una mayor visibilidad, interacción y fidelización de la audiencia, al tiempo que se maximiza el retorno de inversión y se adaptan continuamente las tácticas a las nuevas tendencias y cambios del mercado.

## Objetivo Específicos

- Mejorar los índices de creatividad impulsando las capacitaciones para el equipo creativo.
- Ofrecer un servicio de calidad para la cartera de clientes, utilizando las herramientas profesionales para medir el impacto de las campañas.
- Promover el uso de inteligencia artificial para automatizar el trabajo creativo.
- Generar contenido tomando como base las tendencias actuales,
- Posicionar las marcas en un plazo de 60 a 90 días calendario.
- Analizar las tendencias y actualizar al equipo con las mismas.
- Aumentar la cartera de clientes en un plazo no mayor a 3 meses en un 90%.

## KPI'S para el Objetivo General

1. Tasa de Interacción en Contenido: Porcentaje de usuarios que interactúan (likes, comentarios, compartidos) con el contenido publicado.
2. Aumento en Visibilidad de Marca: Incremento en el número de impresiones y alcance del contenido en plataformas digitales.

3. Retorno de Inversión (ROI): Medida financiera que calcula el beneficio obtenido en relación a la inversión realizada en las campañas de contenido.
4. Tasa de Fidelización de Clientes: Porcentaje de clientes que repiten o mantienen su relación con la marca tras recibir contenido.

### **KPI'S para Objetivos Específicos**



1. Índice de Creatividad del Equipo: Medido a través de evaluaciones postcapacitación y la cantidad de ideas originales generadas.
2. Satisfacción del Cliente: Utilizando encuestas post-servicio para evaluar la calidad del servicio ofrecido, con un objetivo de satisfacción del 90% o más.
3. Porcentaje de Automatización: Medir la proporción de tareas creativas que se realizan mediante herramientas de inteligencia artificial en comparación con métodos manuales.
4. Número de Contenidos Basados en Tendencias: Cantidad de contenido creado que incorpora tendencias actuales, medido mensualmente.
5. Posicionamiento en Búsquedas: Seguimiento de las posiciones de las marcas en motores de búsqueda para palabras clave relevantes, logrando mejoras en 60 a 90 días.
6. Frecuencia de Actualización de Tendencias: Número de actualizaciones que recibe el equipo sobre tendencias actuales en un periodo determinado (mensual, trimestral).
7. Crecimiento de la Cartera de Clientes: Porcentaje de aumento en la cantidad de clientes nuevos en un plazo de 3 meses, con un objetivo del 90%.

## CALENDARIO DE CONTENIDOS

Calendario Semanal Facebook 30 de septiembre al 14 de octubre de 2024						
Calendarización Semana 1						
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción GRAFICA
<b>Lunes</b>	07:00:a. m.	<b>Historia de Facebook</b>	Difusión y posicionamiento	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg</a>	"Feliz inicio de semana"	Video de 15 segundos mostrando el amanecer con una frase motivadora
	2:00 p. m.	<b>Video sobre servicio de contenido</b>	Promoción de la marca	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg</a>	<p>☀️ Potencia tu presencia en redes sociales</p> <p>☀️</p> <p>¡No dejes que tu marca pase desapercibida! Con nuestro paquete de gestión de redes sociales, te ayudamos a crear contenido atractivo, aumentar tu audiencia y mejorar tu engagement.</p> <p>¡Descubre cómo podemos llevar tu marca al siguiente nivel!</p> <p>📈🌟#Influencer Marketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Video de 1 minuto con Mirella Mártir explicando los paquetes para redes sociales.

	6:00 p. m.	<b>Blog sobre la importancia del Marketing Digital para los emprendedores</b>	Tendencia de desarrollo de marca	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	La Importancia del Marketing Digital para Emprendedores En el mundo actual, donde la tecnología y la conectividad dominan nuestras vidas, el marketing digital se ha convertido en una herramienta esencial para los emprendedores. A continuación, exploramos por qué es crucial para aquellos que buscan hacer crecer su negocio...	Imagen creada con AI con emprendedores usando redes sociales y sobre la imagen el tema del blog y logos de la marca
<b>Martes</b>	10:00am	<b>Video sobre cómo hacer un plan de marketing</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	🚀 ¡Tu éxito comienza con un plan! Crear un plan de marketing efectivo puede parecer un desafío, pero ¡no te preocupes! Te guiaremos en cada paso del camino. Prepárate para llevar tu negocio al siguiente nivel. 🌟 #Influencer Marketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing	Video con plano medio de Mirella Mártir con fondo oscuro y luses difusas, explicando, utilizando imágenes de apoyo.

	4:00 p. m.	Post de tipo de fotografías en el mundo digital	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	<p>📷 La Fotografía: El Alma del Contenido Digital</p> <p>En un mundo donde la atención es efímera, una imagen impactante puede hacer toda la diferencia. La fotografía de calidad no solo atrae miradas, sino que también cuenta historias y comunica emociones. ¡Aprovecha su poder!</p> <p>🌟🌟#Influencer Marketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Post creado con AI de cámara y fondo tecnológico, con tema y logos
<b>Miércoles</b>	7:00 a. m.	<b>Testimonio de nuestros clientes</b>	Testimonios de marcas	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg</a>	<p>🌟 Lo que nuestros clientes dicen de nosotros 🌟</p> <p>“Mi emprendimiento ha crecido exponencialmente en las últimas semanas, con un incremento de ventas del 30%”</p> <p>Gracias, ANAYAS, por confiar en nosotros. ¡Tu éxito es nuestra</p>	Post con burbuja de texto y testimonio

					<p>mayor recompensa!</p>  <p>#InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	
	3:00 p. m.	<b>Historia de Facebook</b>	Ofrecer servicio de análisis de mercado	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	¡Contamos con el servicio de análisis de mercado, para que puedas potenciar tu marca!	Mirella Mártir en plano americano explicando los paquetes y la importancia del análisis del mercado
<b>Jueves</b>	10:45 a. m.	<b>Meme sobre la importancia de tener un Community Manager en tu empresa</b>	Memes y entretenimiento	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	<p>🌐 ¿Por qué necesitas un Community Manager? Un community manager no solo gestiona tus redes sociales, sino que construye relaciones auténticas con tu audiencia. Aumenta la visibilidad de tu marca, mejora el engagement y maneja la reputación en línea. ¡No subestimes su valor!</p>  <p>#InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Imagen con un fork frustrado porque es el todólogo de la empresa

Viernes	7:00 a. m.	<b>Blog sobre la importancia de los algoritmos en redes sociales.</b>	Tendencias y desarrollo de marca	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	<p>La Importancia de los Algoritmos en Redes Sociales</p> <p>En el vasto océano de información que representan las redes sociales, los algoritmos juegan un papel fundamental para determinar qué contenido llega a los usuarios. Entender cómo funcionan estos algoritmos es crucial tanto para las marcas como para los creadores de contenido que buscan maximizar su alcance y engagement. A continuación, exploraremos la importancia de los algoritmos en las redes sociales.</p>	Imagen creada con AI sobre redes sociales
	1:00 p. m.	<b>Fotos de activaciones de marca y servicios</b>	Promoción de marca	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg</a>	<p>📸 ¡Revive los momentos memorables de nuestro último evento!</p> <p>El pasado lunes nuestra marca: Universidad Politécnica de El Salvador, organizamos una jornada llena de aprendizaje y conexión. Desde talleres interactivos</p>	Fotografías

					<p>hasta charlas inspiradoras, fue una experiencia única para todos los asistentes. ¡Gracias a todos por ser parte de este gran día!</p> <p>🌟📱</p> <p>#InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	
<b>Sábado</b>	7:00 p. m.	<b>Blog sobre la importancia de hacer un plan de contenido para redes sociales.</b>	Educación sobre marketing digital	<p><a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a></p>	<p>La Importancia de Hacer un Plan de Contenido para Redes Sociales En el mundo digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para empresas y marcas que buscan conectar con su audiencia. Sin embargo, la saturación de contenido hace que destacar sea un verdadero desafío. Aquí es donde un plan de contenido bien estructurado se vuelve esencial. A continuación, exploraremos las razones por las que debes implementar un</p>	<p>Imagen de joven frente a una computadora, con el tema del blog y logos</p>

					plan de contenido para tus redes sociales.	
1:00 p.m.	<b>Historia de Facebook ofreciendo paquetes de redes sociales</b>	Promoción de la marca	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=i2Omg</a>	<p>📌 El impacto de un Community Manager</p> <p>¿Sabías que las marcas que interactúan con su audiencia obtienen un 20% más de ventas? Un community manager no solo gestiona contenido, también crea oportunidades.</p> <p>¡Es hora de invertir en tu éxito! 💰🔥</p> <p>#InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Imagen con paquetes de redes sociales	

## Calendario Semanal Facebook 30 de septiembre al 14 de octubre de 2024

### Calendarización Semana 2

Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción Grafica
<b>Lunes</b>	08:00:a. m.	<b>Meme sobre el inicio de semana</b>	Memes y entretenimiento	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	¡Feliz lunes! Que no te hagarre desprevenida una alarma tardía.	Imagen de persona levantandose tarde para ir a trabajar.
	2:00 p. m.	<b>Testimonio de nuestros clientes</b>	Testimonios de marcas	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	“Mis redes sociales están creciendo gracias a sus servicios, con poco han posicionado mi marca” El feedback de nuestros clientes es invaluable. ¡Estamos aquí para hacer realidad tus sueños! ¿Listo para ser parte de nuestra historia? 📈 #Influencer Marketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing	Post de burbuja de texto con comentario
<b>Martes</b>	10:00am	<b>Video de plataformas que pueden servir para diseñar una marca</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	🎨 ¡Diseña tu marca online! Hay muchas plataformas de diseño, que pueden servirnos para diseñar nuestra marca, te contamos como puedes hacerlo, pero si no quieres hacerlo,	Video en plano medio usando imágenes de apoyo para mencionar plataformas

					<p>confía en nosotros, ¡contactanos!</p> <p>📢🌟#Influencer Marketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	
	4:00 p. m.	<b>Post de promociones del mes</b>	Difusión y posicionamiento	<p><a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a></p>	<p>🚀 ¡Impulsa tu presencia digital! 🚀</p> <p>En el Mes del Content Manager, tenemos ofertas especiales para ti. Obtén un análisis de tu contenido actual y recomendaciones personalizadas. ¡Haz que cada publicación cuente! ¡Contactanos!</p> <p>📢🌟 #InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Post con promociones del mes
<b>Miércoles</b>	11:00 a. m.	<b>Fotos de activación de marca</b>	Promoción de marca	<p><a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a></p>	<p>¡Gracias por confiar en nosotros!</p> <p>📢🌟 Gracias Tienda Gallo por confiar en nuestra marca, indudablemente nos la pasamos</p>	Fotos de activación de marca

					<p>muy bien y posicionamos su marca. Si tienes un proyecto o idea y poco presupuesto, contactanos hacemos que tu marca brille. ✨  #InfluencerMarketing  #Analytics  #GrowthHacking  #MarketingTrends  #OnlineMarketing</p>	
	8:00 p. m.	<b>Historia de Facebook</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	Hablar sobre pequeños tips de las mejores horas para publicar en redes sociales.	Mirella Mártir explicando sobre el tema
<b>Jueves</b>	10:45 a. m.	<b>blog, Consejo sobre la importancia de comunicar de forma asertiva</b>	Creación de contenido de calidad	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	<p>La Importancia de Comunicar de Forma Asertiva</p> <p>La comunicación asertiva es una habilidad esencial en nuestras interacciones diarias, tanto en lo personal como en lo profesional. Se refiere a la capacidad de expresar pensamientos, sentimientos y necesidades de manera clara y respetuosa, sin infringir los derechos de los demás. A continuación,</p>	Imagen de persona hablando en público

					<p>exploraremos la importancia de comunicar de forma asertiva y cómo puede mejorar nuestras relaciones y entornos de trabajo.</p>	
Viernes	9:00 a. m.	<p><b>Video sobre importancia que las redes las manejen los expertos</b></p>	<p>Tendencias y desarrollo de marca</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a></p>	<p>🌐 ¡La gestión de redes sociales es cosa de expertos! Las redes sociales son una extensión de tu marca y su manejo requiere estrategia y conocimiento. Deja que los profesionales optimicen tu contenido, interactúen con tu audiencia y analicen resultados. ¡Invierte en tu éxito! 🚀🌟</p>	<p>Video en plano general hablanco sobre la tematica</p>
	3:00 p. m.	<p><b>Post para promocionar marca y servicios</b></p>	<p>Difusión y posicionamiento</p>	<p><a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a></p>	<p>💡 Transforma tu presencia digital Con un community manager, tu empresa puede centrarse en lo que mejor hace: crecer. Deja que un experto gestione tus redes y construya relaciones significativas con tus</p>	<p>Post con paquetes y servicios</p>

					seguidores. ¡El éxito está a un clic de distancia! 🤖🌟	
<b>Sábado</b>	8:00 a. m.	<b>Blog sobre tendencias para redes sociales</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	Tendencias para Redes Sociales: Lo Que Debes Saber en 2024 Las redes sociales están en constante evolución, y mantenerse al tanto de las tendencias es fundamental para marcas y creadores que buscan destacar en un entorno digital cada vez más competitivo. A medida que nos adentramos en 2024, exploramos las tendencias clave que darán forma a las estrategias de redes sociales este año.	Post con logos de redes sociales
	2:00 p. m.	<b>Historia de Facebook</b>	Análisis de mercado	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	Importancia sobre realizar análisis de mercado, dentro de la misma ofrecer servicios	Mirella Mártir explicando sobre el tema

## Calendario Semanal Facebook 30 de septiembre al 14 de octubre de 2024

Calendarización Semana 3						
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	LINK	Copy	Descripción Gráfica
<b>Lunes</b>	11:00:a. m.	<b>Meme sobre la importancia de tener un plan de comunicaciones</b>	Memes y entretenimiento	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	¿Un plan? Que no te agarren desprevenidas las tendencias de redes.	Imagen con perrito llorando por no tener un plan de comunicación
	2:00 p. m.	<b>Blog sobre la importancia de la inteligencia artificial en el manejo de redes sociales</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hern%C3%A1ndez-m%C3%A1rtir-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	La Importancia de la Inteligencia Artificial en el Manejo de Redes Sociales En la era digital, la inteligencia artificial (IA) ha emergido como una herramienta transformadora en múltiples sectores, y el manejo de redes sociales no es la excepción. Con la creciente cantidad de datos y la necesidad de interacciones más personalizadas, la IA se ha convertido en un aliado esencial para marcas y profesionales del marketing. A continuación, exploramos las razones por las	Post con tecnología

					que la inteligencia artificial es crucial en la gestión de redes sociales.	
<b>Martes</b>	08:00am	<b>Servicios de Mirella Mártir</b>	Difusión y posicionamiento	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	<p>🚀 Transforma tu estrategia de contenido hoy mismo Con mis servicios de Content Manager, obtendrás contenido atractivo y relevante, gestión efectiva de tus redes sociales y análisis profundo del rendimiento. ¡Dale a tu marca el impulso que necesita!</p> <p>📈 #InfluencerMarketing #Analytics #GrowthHacking #MarketingTrends #OnlineMarketing</p>	Post con servicios
	4:00 p. m.	<b>Historia de Facebook</b>	Creación de contenido de calidad	<a href="https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg">https://www.facebook.com/share/yxUvLbNeBy4X9Gn3/?mibextid=qi2Omg</a>	Tips de creación de contenido	Video de tips

<b>Miércoles</b>	10:00 a. m.	<b>Blog de Mercatips</b>	Educación sobre marketing digital	<a href="https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app">https://www.linkedin.com/in/jessica-mirella-hernandez-2a5922318?utm_source=share&amp;utm_campaign=share_via&amp;utm_content=profile&amp;utm_medium=android_app</a>	7 Tips de Mercadeo para Potenciar tu Negocio El mercadeo es un aspecto crucial para el éxito de cualquier negocio. Con un entorno competitivo y en constante evolución, es fundamental mantenerse actualizado y aplicar estrategias efectivas. A continuación, te presentamos siete tips de mercadeo que te ayudarán a mejorar la visibilidad de tu marca y a conectar mejor con tu audiencia.	Post con imagen de Mirella y el título de los mercatips
	6:00 p. m.	<b>Tendencias en la redacción creativa</b>	Post de persona con un lápiz redactando y el título del blog	Post de persona con un lápiz redactando y el título del blog	Post de persona con un lápiz redactando y el título del blog	Post de persona con un lápiz redactando y el título del blog

## REFERENCIAS

- Arsys. Blanch. (2017, octubre 16). Análisis de Competidores: descubre las claves y qué puedes conseguir. <https://www.arsys.es/blog/emprendedor/analisis/analisis-competencia>
- Clavei. Ballester. (2020, abril 8) ¿Qué es el marketing de contenidos? <https://www.clavei.es/blog/que-es-el-marketing-de-contenidos/>
- De Castro, I. N. (2021, marzo 1). ¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing?rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>
- Inbound cycle. (2022, marzo 11). ¿Qué es el marketing digital o marketing online? Estrategias y herramientas <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/quees-el-marketing-digital-o-marketing-online>
- Qualtrics. (s.f.). Posicionamiento de marca. <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/posicionamiento-de-marca/>
- Sordo, A. I. (2021, mayo 11). Cómo hacer un análisis de tu competencia. hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>