

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: ANDREA CARDOZA

PRESENTADO POR:

GLORIA YAMILETH MEJÍA FERNÁNDEZ

CARNÉ:

(MF10001)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL
TÍTULO DE LICENCIADA 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 2024.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTOR ACADÉMICO

MAESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA.

DECANO

MAESTRA. MARIA BLAS CRUZ JURADO

VICEDECANA

MAESTRA. NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

SECRETARIO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MAESTRO. EDIS EDGARDO MONGE LUNA

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar con éxito una vida académica, agradezco a Dios sobre todas las cosas por haberme llevado de la mano en todo este tiempo. Por mostrarme cada día su amor y su bondad a través de diferentes situaciones que me permitieron aprender que nunca estuve sola. Por haber puesto en mi camino a muchas personas que, sin conocer, ayudaron de alguna manera para poder lograr cada tarea asignada. Posteriormente, agradezco de todo corazón a mi padre por todas sus horas de trabajo, esfuerzos, sacrificios y desvelos que sin importar me dedico con mucho amor para darme siempre lo mejor. Este triunfo, más que mío, es de él. Sin su apoyo y su guía difícilmente hubiera podido culminar mi carrera.

A mi madre, por ser mi compañera de desvelos, la que siempre ha estado ahí dándome fuerzas con sus palabras tan certeras y sus abrazos oportunos cuando creí que no era capaz de alcanzar mis metas. A mi hermana, mi mejor amiga, que con su ayuda incondicional estuvo dispuesta a vivir conmigo cada etapa, a vivir conmigo mis alegrías y mis momentos de flaqueza. Agradezco a Dios por ese ángel que mando a mi vida para mostrarme su amor a través de mi hermana.

Mi abuelita, que se que con sus oraciones ella estuvo presente en todo momento de mi vida para que pudiera ser una profesional y es parte fundamental en mi vida. Y a mis familiares que ya no están conmigo físicamente pero que su amor perdura para siempre, espero estén orgullosos de mí.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	4
Análisis de la situación	6
FODA	8
Análisis de la competencia	9
Definición de los objetivos SMART de la marca	19
Identificación del público objetivo	20
Buyer personas	21
Selección de canales digitales	25
Plan de contenido	27
Estrategia de SEO	30
Medición y análisis	31
Anexo	33
Calendario de contenidos	34
Bibliografía	44

RESUMEN

La tecnología y el auge de las redes sociales en la actualidad son indiscutibles. A eso, le sumamos la evolución constante en la forma de comunicarse, transmitir mensajes, diversos tipos de información y, por supuesto, la constante iniciativa de la elaboración de diferentes contenidos que se vuelven tendencia o atraen a un público objetivo. Gracias a estas herramientas innovadoras, se puede crear un universo de contenido digital que genere confianza, que ayude a posicionarse en la memoria de las personas y sobre todo, crear una imagen positiva ya sea de una marca, instituciones, empresas, productos o perfiles personales o profesionales que gracias a una estrategia de marketing, puedan lograr con éxitos los objetivos planteados de acuerdo a las plataformas digitales en las que estratégicamente se busque potenciar. A través de este trabajo, se describe paso a paso el proceso para la creación de una estrategia de marca personal enfocada a redes sociales y como a través del marketing de contenidos, objetivos Smart, palabras claves, plan de trabajo, FODA, y redacción SEO se puede lograr posicionarse en el mundo digital, utilizando los canales adecuados que permiten destacarse dentro de la competencia y a su vez, que el público objetivo después de realizar un análisis a través de los buyer persona, decidan adquirir los servicios que en este caso ofrece la marca Andrea Cardoza en el rubro del community manager, fotografía y periodismo digital.

Palabras claves: marketing digital, redes sociales, plataformas digitales, creación de contenido, fotografía, periodista digital y community manager, SEO.

INTRODUCCIÓN

Como parte del crecimiento profesional y la necesidad de expandir un servicio de calidad a través de redes sociales en páginas como Facebook e Instagram, nace la marca “Andrea Cardoza”. Una marca prometedora que ofrece servicios de fotografía, community manager y periodismo digital.

Vivimos en un mundo sumergido en lo digital, y es necesario actualizarse conforme a los nuevos métodos de comunicación, nuevas prácticas para ofrecer servicios a través de redes sociales, es lo relevante. Ahora un negocio o empresa, necesita de las redes sociales para darse a conocer y posicionarse. Indudablemente, son un soporte de innovación y de crecimiento.

Esta es una nueva oportunidad de poder llegar a miles de personas no solo a nivel local, sino fuera de nuestras fronteras, en la que no se necesita tener una interacción personal, sino una comunicación en línea. Donde nuestro trabajo no conozca límites, donde la creatividad, responsabilidad y autenticidad haga la diferencia de todos los demás que ofrecen los mismos servicios.

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Presencia digital actual de la marca:

El reto es poder posicionar la marca dentro de este rubro digital. Lo fundamental es, que el cliente la identifique rápidamente. Y que “Andrea Cardoza” esté dentro de la memoria de un público objetivo que desee contratar sus servicios a través de redes sociales como Facebook e Instagram.

Será crucial, la manera de gestionar cada red social y el manejo de cada una de ellas, de acuerdo a sus formatos, a los contenidos propios de cada red y la optimización de la información para atraer clientes, seguidores y por supuesto, recomendaciones del buen trabajo desempeñado.

Descripción de la marca:



Debido a la digitalización y a la necesidad de brindar servicios de una manera diferente, es obligatorio innovar y tener en cuenta como profesionales, que la forma de comunicación hacia un público que consume contenido digital es totalmente diferente y por consecuencia, es de suma importancia seguir en constante aprendizaje para mejorar los métodos de trabajo.

Información general:

La marca “Andrea Cardoza”, se destaca en, community manager, periodismo digital, y fotógrafa.

Ofreciendo los siguientes servicios:

- Redacción de notas periodísticas en área digital.
- Cobertura de eventos empresariales.
- Manejo de redes sociales.
- Toma de fotografías publicitarias.

Por lo tanto, se destaca en ofrecer servicios especializados a sus clientes de acuerdo a sus necesidades, ya que es una marca con cualidades como la confianza, respaldo y conocimiento profesional.

Link. página oficial en Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61564131100857&mibextid=ZbWKwL>

Link página oficial en Instragram:

<https://www.instagram.com/cardozaa.andrea/>

FODA

Esta técnica permite identificar y evaluar el desempeño de una empresa, institución o persona.

Por lo tanto, se analizan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Gracias a ello, se puede realizar un estudio de los factores positivos y negativos que nos permitan mantener o mejorar dentro de la estrategia y establecer un buen manejo de la marca.

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicios especializados según las necesidades del cliente.• Ofrece confianza y profesionalismo en las áreas de fotografía, community manager y periodista digital.• Comunicación amigable y respetuosa.• Innovación y calidad• Vínculos cordiales entre marca y cliente.• Creativa	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Laborar en medios digitales y realizar contenido multimedia en distintas plataformas.• Permite manejar redes sociales de empresas o instituciones.• El servicio en fotografía permite laborar de forma independiente o dentro de medios de comunicación/empresas.• La marca puede ser recomendada a futuros empleadores.• Crecimiento económico y profesional
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la importancia de las redes sociales.• Dificultad para trabajar con personas que no tengas el mismo grado de conocimiento en las áreas donde se desenvuelve la marca Andrea Cardoza.• Frustración• Falta de apoyo económico para ejecutar proyectos.• Toma de decisiones impulsivas	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Competencia en las mismas áreas donde la marca Andrea Cardoza ofrece servicios.• Herramientas digitales más avanzadas de la competencia, que superen el trabajo de la marca Andrea Cardoza.• Recibir opiniones negativas que hagan prescindir de los servicios que se ofrecen.• Que los futuros clientes busquen servicios “más profesionales” en la competencia.

Análisis de la competencia

Al realizar un estudio minucioso a través de diferentes redes sociales. Se han identificado 6 perfiles que pueden ser la competencia de la marca Andrea Cardoza, tomando como referencia los 3 servicios que ofrece: Community manager, fotografía y periodista digital.

Competencias en el área de Fotografía:

Perfil 1 analizar: Instagram

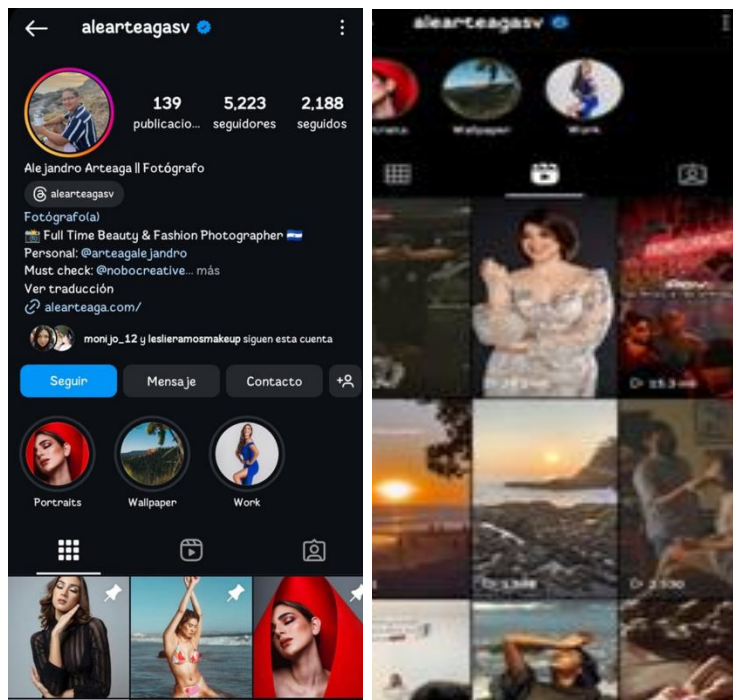
Alejandro Arteaga/ fotógrafo

Links de redes sociales o sitios web:

<https://www.instagram.com/alearteagasv?igsh=MWlzdjU5Y2NlOXlrYg==>

http://alearteaga.com/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaYMh9URS_ own2ePXQO2p-GVOx6l8HAhF1AgxEng_Doq4D4Df5AGmGkbakY_aem_uavLtZY9iyycPHCZ6EYD7g

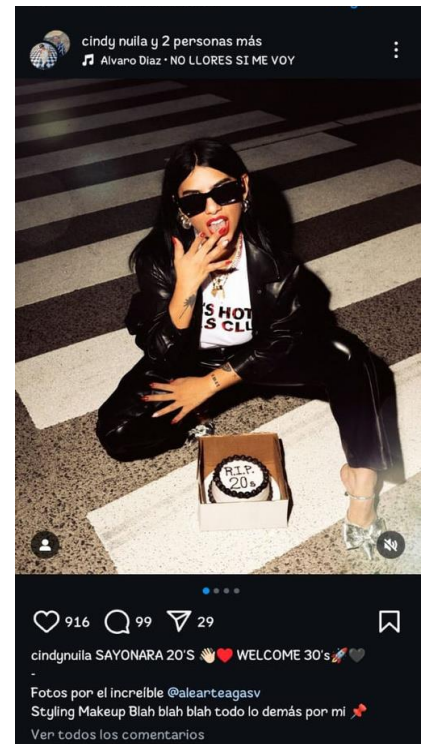
<https://www.linkedin.com/company/emkt-company/>



Al realizar un monitoreo por esta red social, se puede observar que la marca Andrea Cardoza para sus servicios de fotografía tiene una competencia amplia en cuanto a este rubro.

Un ejemplo de ello, es la cuenta verificada del fotógrafo salvadoreño Alejandro Arteaga.

Cuenta con 5,221 seguidores desde el año 2020 hasta la fecha. Ha realizado 139 publicaciones mostrando su arte fotográfico, las cuales, se desglosan entre reels, fotografías en la feed e historias. Tiene optimizado su perfil con la información necesaria y añade un enlace de un sitio web, que, verificando, no se puede acceder a la página. Utiliza 3 highlight en los que destaca sesiones fotográficas en colaboración. Aunque sus fotografías son muy buenas, cabe mencionar, que la mayoría de copys en cada publicación utiliza muy poco el hashtag. Y su redacción está enfocada para destacar colaboraciones.



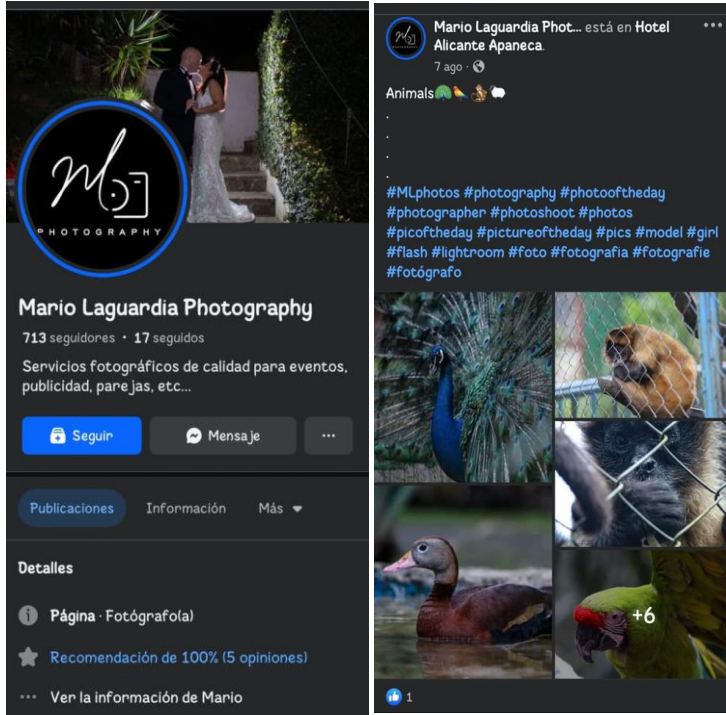
Perfil 2 analizar: Facebook

Mario Laguardia/ fotógrafo

Links de redes sociales o sitios web:

<https://www.facebook.com/MarioLaguardiaPhotography?mibextid=ZbWKwL>

https://www.instagram.com/mlphoto_sv?igsh=MzR6aWZkZmR5dGQ3



El contenido de Mario Laguardia, es su mayoría son fotografías y únicamente, 6 reels. Creo la página en el año 2015 y hasta la fecha, tiene un total de 714 seguidores. Cabe destacar, que tiene muy pocas reacciones a su contenido o casi ninguna en algunas de sus publicaciones.

En sus copys, hace uso de muchos

hashtags, y utiliza mucho las etiquetas. Aunque no hay mayor interacción con esta cuenta, cabe mencionar que si tiene 5 recomendaciones a favor de su trabajo.

En este sentido, Andrea Cardoza tiene la ventaja de destacar su servicio fotográfico, ya que no solo se enfoca en un ámbito particular, sino también, ofrece variedad de alternativas como trabajos corporativos de publicidad, emprendedores, etc.

Competencias en el área de Community Manager:

Perfil 1 analizar: Instagram

Emma Graciela Recinos/ CM

Links de redes sociales o sitios web:

<https://www.instagram.com/emmarecinos12?igsh=NXAzbDRkc29oZXV6>

https://www.linkedin.com/in/emma-graciela-recinos-cartagena-37a347110?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app

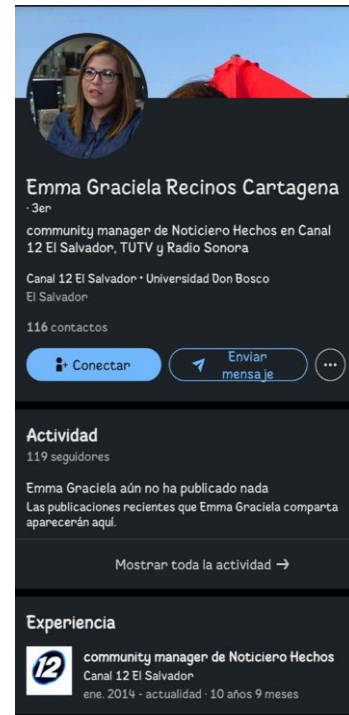


Es muy común encontrar perfiles restringidos o cuentas privadas en las redes sociales.

En el caso de Emma Recinos, es community manager y labora en Noticiero Hechos de canal 12. Puede ser una competencia para "Andrea Cardoza" que también ofrece servicios de community manager. Es importante destacar, que Emma cuenta con perfil en Instagram. Llama mucho la atención que para el rol que desempeña como community manager, no tenga su perfil, optimizado.

Cuenta únicamente con 71 seguidores y un total de 279 publicaciones, de las cuales no se pueden visualizar porque el perfil es privado. Siguiendo el monitoreo, es interesante ver, que también tiene cuenta en LinkedIn y tampoco está optimizado y no posee ningún tipo de información sobre su perfil profesional, únicamente con la descripción del cargo que desempeña actualmente como community manager en noticiero Hechos, TUTV y radio Sonora.

Considerando estos puntos, "Andrea Cardoza" que también brinda servicios profesionales como community manager, puede destacar en este campo, ya que sus perfiles están acordes, su cuenta de IG es confiable y cuenta con la información necesaria para los empleadores o empresas que quieran ponerse en contacto.



Perfil 2 analizar: Facebook

Agencia de marketing digital en El Salvador EMKT / CM

Links de redes sociales o sitios web:

<https://www.facebook.com/EMKTCompany?mibextid=ZbWKwL>

<https://e-mktcompany.com/>

https://www.instagram.com/emkt_company?igsh=bXVxeXI5eHhwb2x1

<https://www.linkedin.com/company/emkt-company/>



Es una empresa de marketing digital, que crea estrategias innovadoras para clientes independientes o empresas. Su filosofía es, entender al cliente de la "A" a la "Z" para poder lograr con éxito lo que los clientes buscan. Esta es una competencia para la marca Andrea Cardoza, ya que esta agencia se especializa en marketing digital.

Su cuenta de Facebook cuenta con 14 mil likes y 15 mil seguidores. Lo que indica que es una agencia muy

profesional y bien posicionada en el rubro digital. Tiene un 90% de recomendación, lo que significa que es bastante favorable su metodología de trabajo en el mercado.





Ofrece una variedad de servicios como:

- Consultorías estratégicas
- Gestión estratégica de marca
- Desarrollo de web y apps
- Producciones audiovisuales

Realizando un monitoreo acerca de esta agencia, tiene cuenta en Instagram y un sitio web muy completo en el que tienen incluso un blog y un apartado de todos los

clientes que recomiendan sus servicios profesionales.

Estas son algunas de ellas:



Andrea Cardoza, tiene un potencial muy importante y un nivel de conocimiento en su área de community manager en lo que puede sobrepasar las expectativas de sus clientes a través de su calidad de trabajo, ejecución de proyectos de una manera eficaz, oportuna y sofisticada.

Competencias en el área de Periodismo Digital:

Perfil 1 analizar: Instagram

Julio Guevara

Links de redes sociales o sitios web:

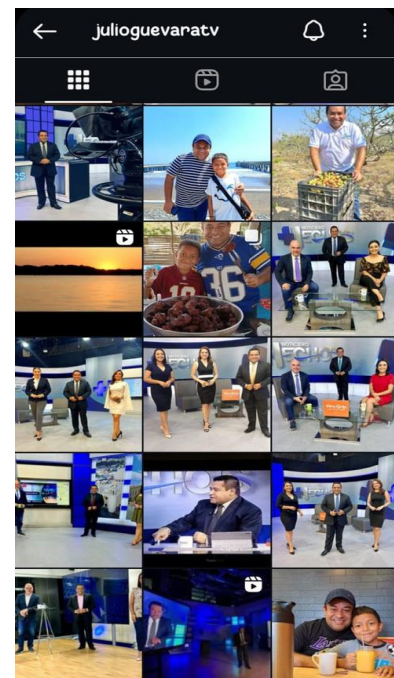
<https://www.instagram.com/julioquevaratv?igsh=MWprY2k3NW9iN3dsYg==>



Realizando un monitoreo por las redes sociales de este periodista de noticiero Hechos de canal 12, podemos observar que en su cuenta de Instagram cuenta con un total de 9,890 seguidores y 795 publicaciones. Entre ellas, se muestra fotos en la feed, que en su mayoría son fotografías de su medio laboral en compañía de sus colegas, pero no así, de hechos noticiosos. Por

lo tanto, no utiliza emojis o hashtag. No es una cuenta verificada, ni tampoco utiliza highlights pero si cuenta con la información del perfil.

En este sentido, podemos confirmar que muchos profesionales no utilizan Instagram como una cuenta para potenciar sus perfiles profesionales, sino más bien para interactuar o simplemente compartir vivencias de su día a día.



Caso contrario de la marca Andrea Cardoza, que busca potenciar su marca a través de esta red social y que tiene muchas ventajas a favor para demostrar a sus futuros empleadores de su trabajo a través de historias, reels, feed, compartir tips o contenido de valor en sus canales de Instagram.

Perfil 2 analizar: Facebook

Julio Guevara

Links de redes sociales o sitios web:

<https://www.facebook.com/jguevaraperiodista?mibextid=ZbWKwL>

<https://youtube.com/@julioguevarareportes?si=gnsAANbNVsBAkacY>



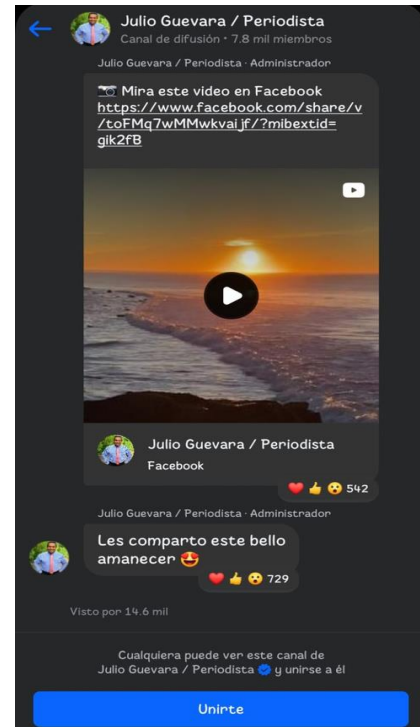
La cuenta de Facebook de este periodista es verificada caso contrario a su cuenta de Instagram. Tiene un total de 1.2 mil seguidores. Tiene su perfil optimizado con correo electrónico, número de teléfono y en esta cuenta ha creado un canal de difusión que lo tiene posicionado en el apartado de "destacados".

Esta cuenta, es más, amplia porque cuenta con reels que es su fortaleza para dar a conocer contenido de hechos de agricultura, emprendedores, etc. Otros recursos como fotografías, canal, menciones y eventos son parte de su

contenido en esta red social. Por lo que podemos concluir que esta red social para este periodista es la potencial. En su mayoría de publicaciones no utiliza hashtag o emojis, pero sí tiene una buena cantidad de reacciones (5,919).

Como último recurso digital, tiene un canal en YouTube por lo que se posiciona muy bien con su marca personal porque tiene contenido que interesa a su público ya que cuenta historias reales de salvadoreños trabajadores y emprendedores que, a través de su imaginación y su buena actitud, crean negocios en los que han tenido mucho éxito. ¿A qué persona no le gusta enterarse y alegrarse por cosas buenas? Esta canal de YouTube es para eso.

Luego de todo este análisis de estos perfiles de este comunicador y de su forma de posicionar sus redes sociales como periodista, es importante entender, que, aunque existan competencias en el ámbito laboral de periodista digital como el que ofrece Andrea Cardoza, todas las habilidades profesionales, conocimiento de redacción o la forma de presentar contenido de distintos formatos como lo hace Andrea, crea su propia "comunidad" de audiencia fiel que preferirán sus servicios en esta área.



2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART DE LA MARCA:

1. Aumentar las interacciones de Facebook e Instagram publicando un contenido diario por red social para atraer más seguidores y futuros clientes en un periodo de 6 meses.
2. Aumentar un 25% las probabilidades de aparecer en los motores de búsqueda, a través de redacción SEO aplicada a 30 publicaciones en un periodo de 4 meses.
3. Incrementar el 20 % de visualizaciones en las páginas de Facebook e Instagram a través de publicaciones de contenido de valor durante horas específicas del día y lograr mayores alcances en un periodo de 6 meses.

3. IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Buyer persona:

Este es un análisis muy detallado de un perfil ideal sobre un cliente ficticio, pero que está basado en datos reales. Permite tener una idea de las necesidades actuales de una persona.

Para eso, se incluye una serie de datos muy puntuales. Por ejemplo: sus objetivos, frustraciones, motivaciones, pasatiempos, datos personales como ingresos económicos y demográficos.

El buyer persona es esa segmentación para conocer hacia dónde estará dirigida una campaña, un producto o un servicio y poder enfocar los recursos y los canales de comunicación para llegar al público específico.

Para la estrategia de marca de Andrea Cardoza, se han creado 3 perfiles diferentes para la red social de Facebook y 3 perfiles para Instagram enfocados en los tres servicios que ofrece: Community manager, fotografía y periodista digital.

BUYER PERSONA PARA FACEBOOK

Buyer persona 1:



MARÍA SANDOVAL

PERIODISTA, MEDIO IMPRESO

Edad: 25 años

Ubicación: San Salvador, El Salvador

Nivel Educativo:

Licenciatura en Periodismo

Ingresos Anuales: \$8,000

Estado Civil: Soltera, sin hijos

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 4 años trabajando en medio impreso

Habilidades: Experto en redacción de notas periodísticas

Limitaciones: Poco conocimiento de herramientas digitales

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones: Quiere crear su propio periodico digital

Objetivos: Aprender a utilizar redes sociales para la difusión de noticias

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de Información: Sigue medios de comunicación periodísticos digitales

Canales Preferidos: Prefiere recibir contenido a través de la TV

FRUSTRACIONES

Dificultad para encontrar una estrategia y plan de trabajo periodístico en redes

Sensación de desconexión con los colegas que ya dominan el entorno digital

Buyer persona 2:



RAFAEL CASTRO

DIRECTOR DE MARKETING

Edad: 35 años

Ubicación: San Salvador, El Salvador

Nivel Educativo:

Licenciatura en Comunicaciones

Ingresos Anuales: \$13,000

Estado Civil: Casado, sin hijos

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 10 años trabajando en agencias de Marketing Digital

Habilidades: Experto en gestión de campañas publicitarias en RRSS

Limitaciones: Nulo conocimiento de redacción periodística

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones: Quiere elaborar dentro de la agencia un espacio de noticias sobre alianzas con empresas

Objetivos: Conocer la esencia del periodismo en las agencias de publicidad

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de Información: Consume noticias en periódicos digitales

Canales Preferidos: Activo en LinkedIn para conectar con otros profesionales del periodismo y marketing

FRUSTRACIONES

Dificultad para encontrar personal que conozcan sobre el periodismo digital y marketing

No identificar los formatos periodísticos

Buyer persona 3:



JUAN CARLOS RODRIGUEZ
Propietario de un restaurante

Edad: 42 años

Ubicación: Santa Ana, San Salvador.

Nivel educativo: Licenciatura en admon. de empresas.

Ingresos anuales: \$18,000

Estado civil: Casado, con 2 hijos

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 7 años en marketing digital y relaciones públicas.

Habilidades: Manejo de redes sociales, estrategias de contenido para redes.

Limitaciones: Poco tiempo para crear contenido para redes, bajo impacto en su página de facebook.

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones: Quiere aumentar su clientela y las ventas a través de la presencia en redes de su restaurante.

Objetivos: Mejorar la gestión de su página en facebook y crear fotografías de calidad de su restaurante.

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de información: Busca contenido de valor en distintas plataformas digitales.

Canales digitales: Utiliza facebook para conectarse con emprendedores locales y busca recomendaciones para mkt digital.

FRUSTRACIONES

Competencia local de negocios similares.

Buyer persona 1:



ROCÍO MARTÍNEZ

JEFA DE PRENSA, MEDIO DIGITAL

Edad: 28 años

Ubicación: San Salvador, El Salvador

Nivel Educativo:

Licenciatura en Periodismo

Ingresos Anuales: \$10,000

Estado Civil: Casada, 3 hijos

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 8 años trabajando en periodismo digital

Habilidades: Experta en coberturas de eventos

Limitaciones: Poco tiempo y personal para gestionar RRSS del medio

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones: Potenciar la publicación de contenido en RRSS del medio

Objetivos: Conocer sobre estrategias de Marketing Digital para medios de comunicación

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de Información: Participa en webinars sobre Marketing de contenidos

Canales Preferidos: Activo en Instagram para conectar con profesionales del marketing

FRUSTRACIONES

No conocer conceptos de Marketing

Necesidad de personal para gestión de RRSS

Buyer persona 2:



Sofía Menjivar

EMPREDEDORA Y CREADORA DE CONTENIDO PARA UN NEGOCIO LOCAL

Edad: 32 años

Ubicacio: San Salvador, El Salvador

Nivel educativo: Licenciatura en comunicacines

Ingresos Anuales: \$12,000

Estado civil: Casada

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 8 años ceando contenido par redes sociales.

Habilidades: Asesoría managemente y fotografía.

Frustraciones: Falta de tiempo para gestionar todas las redes sociales. Desconocimiento técnico en fotografía.

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones; Pocicionar su negocio local. Aprender nuevas habilidades y apoyar causas locales donde puedan ser visibles, la cultura, tradiciones de un lugar o apoyo a emprendedores.

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de informacion: busca consejos sobre tendencias en redes sociales y marketing.

Canales preferidos: Prefiere Instagram. Publica contenido para su negocio y para uso personal.

FRUSTRACIONES

- * Falta de tiempo
- * Desconocimiento técnico en fotografía.
- * Desafio con el algoritmo de Instagram.
- * Competencia creciente en su mercado local.

Buyer persona 3:



ERICK RAMÍREZ

CREADOR DE CONTENIDO DE
RECETAS DE COCINA

Edad: 32 años

Ubicación: San Salvador, El Salvador

Nivel Educativo: Diplomado en artes culinarias

Ingresos Anuales: \$10,000

Estado Civil: Soltero

PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

Experiencia: Más de 7 años trabajando en Instagram y Tiktok

Habilidades: Experto en edición de video

Limitaciones: Conocimiento limitado de redacción persuasiva para ventas

MOTIVACIONES Y OBJETIVOS

Motivaciones: Iniciar su comunidad en Facebook y promocionar su nuevo recetario

Objetivos: Comprender cómo la redacción puede complementar su trabajo audiovisual y generar ventas

COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIA

Fuentes de Información:

Participa en blogs de contenido digital

Canales Preferidos:

Prefiere recibir contenido a través de Instagram

FRUSTRACIONES

Sensación de desconexión con herramientas de Facebook

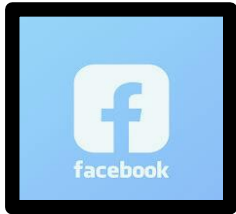
Segmentación:

Hombres y mujeres con estudios profesionales como:

- ✓ Directores de marketing
- ✓ Medios digitales
- ✓ Emprendedores con negocios propios
- ✓ Agencias de publicidad
- ✓ Empresas que buscan posicionar su marca en el mercado.

Es decir, para ese grupo de personas profesionales que considera necesario utilizar las herramientas digitales y necesita adquirir los servicios que brinda Andrea Cardoza.

4. SELECCIÓN DE CANALES DIGITALES



FACEBOOK

¿Por qué utilizar Facebook para posicionar una marca?

Para servicios de community manager:

Andrea puede enseñarle a gestionar mejor su página de Facebook, ayudándole a crear contenido atractivo y a aumentar la interacción con los seguidores. También le brindará recomendaciones sobre cómo responder comentarios y mejorar el servicio al cliente en línea.

Para servicios de fotografía:

Andrea puede ayudarlo a tomar fotos profesionales de sus platillos y del ambiente del restaurante, lo que hará que las publicaciones en Facebook sean visualmente más atractivas y aumenten el deseo de visitar su local.

Para servicios de periodismo digital:

Asesoría en Periodismo Digital: Andrea puede enseñarle a contar la historia de su restaurante, resaltando sus valores, el equipo detrás del negocio y las experiencias de los clientes, lo que le permitirá conectar de manera más profunda con su audiencia.

Es una red social muy estratégica y sencilla de utilizar. A través de ella, se puede realizar publicidad de una forma económica porque tiene la capacidad de llegar a miles de personas no solo a nivel local sino internacional y que la marca sea promovida gracias a estas búsquedas.

La marca “Andrea Cardoza”, busca tener su perfil en Facebook. Porque a través de esta red, una empresa puede realizar recordatorios, crear eventos de actividades o reuniones, para que su público conozca y que se involucren.



INSTAGRAM

¿Por qué utilizar Facebook para posicionar una marca?

Para servicios de community manager:

Esta red social es bien visual y atractiva para mostrar servicios o productos. “Andrea Cardoza”, a través de historias, feed y reels creará contenido de valor que pueda atraer a sus clientes.

Los highlights permiten seccionar de acuerdo con las necesidades que tenga un cliente, contenido específico en cada área donde quiera destacar.

Para servicios de fotografía:

El arte fotográfico permitirá una sensación del cliente de “necesitar” un producto o “necesitar” un buen material fotográfico para dar a conocer proyectos o actividades, que Andrea Cardoza, pueda ejecutar y hacer que su marca destaque entre la competencia.

Para servicios de periodista digital:

A través de diferentes técnicas y un amplio conocimiento sobre las herramientas digitales, Andrea Cardoza puede crear contenido informativo y relevante, que ayude al crecimiento de una empresa o negocio a conocer historias que impacten en la memoria de sus lectores.

5. PLAN DE CONTENIDOS

El plan de contenidos se desarrollará a través de distintos formatos para redes sociales como Instagram y Facebook.

Este recurso ayudará a tener más claridad sobre que se va a publicar en los próximos 15 días para ambas redes y cuál será el enfoque de cada una de las publicaciones, según los servicios que ofrece la marca "Andrea Cardoza".

De esta manera, se pretende incrementar el número de seguidores y las oportunidades de contratación.

Contenido de estrategia para Facebook:

Marketing de contenido:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
5 HABILIDADES CLAVES DEL COMMUNITY MANAGER	MANERAS DE PROMOCIONAR TUS HABILIDADES FOTOGRAFÍCAS EN PLATAFORMAS DIGITALES	PERIODISMO DIGITAL: TIPS PARA UNA REDACCIÓN DIGITAL ATRACTIVA
3 HERRAMIENTAS DE UN COMMUNITY MANAGER PARA GESTIÓN DE REDES SOCIALES 2024	RESALTA EL TEMA PRINCIPAL EN UNA FOTOGRAFÍA	CARACTERÍSTICAS PARA UNA REDACCIÓN DIGITAL
ÁREAS DE APRENDIZAJE DE UN COMMUNITY MANGER	¿SABES QUÉ ES EL CONTRASTE EN UNA FOTOGRAFÍA Y CÓMO UTILIZARLO?	OPORTUNIDADES LABORALES DE UN PERIODISTA DIGITAL
5 TIPS QUE TE HARÁN UN COMMUNITY MANAGER DE ÉXITO		

Contenido de interacción:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
MEME SOBRE UN COMMUNITY MANAGER ¿SE TE ANTOJA UNA BUENA ESTRATEGIA?	MUESTRAME TU MEJOR FOTOGRAFÍA.. "TU TURNO" HISTORIA DE FB	MEME JABÓN PARA PERIODISTA

Contenido de ventas:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
SI QUIERES POTENCIAR TUS REDES SOCIALES CONTÁCTAME	ANDREA CARDOZA FOTOGRAFA PROFESIONAL	

Contenido de estrategia para Instagram:

Marketing de contenido:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
4 TENDENCIAS DEL MARKETING DE CONTENIDOS EN EL 2024	APRENDE A DOMINAR LOS COLORES EN UNA FOTOGRAFÍA	5 CLAVES PARA REALIZAR PERIODISMO DIGITAL
¿SABES CÓMO SER UN BUEN COMMUNITY MANAGER EN INSTAGRAM?	MEJORES PLANOS FOTOGRÁFICOS PARA LOGRAR FOTOS EXTRAORDINARIAS	INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PERIODISMO
TIPS DE MARKETING PARA TU CUENTA DE INSTAGRAM	IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN EL MARKETING	¿QUÉ ES EL PERIODISMO MULTIMEDIA?
DIFERENCIAS ENTRE EL MARKETING TRADICIONAL Y EL MARKETING DIGITAL		

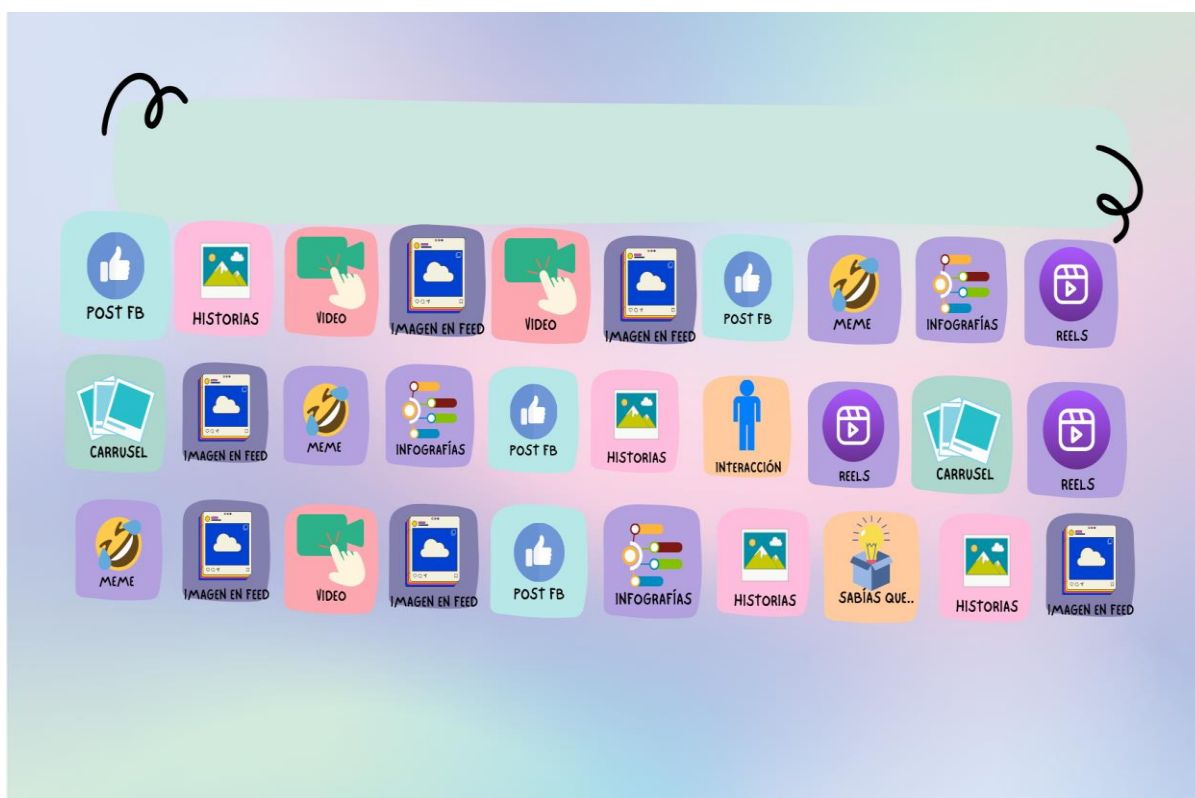
Contenido de interacción:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
MEME "A MAL TIEMPO BUENA CARA"	¿SABÍAS QUE ES UNA DE LAS FOTOS MÁS FAMOSAS DEL MUNDO?.	¿QUÉ PLATAFORMA ES TU FAVORITA PARA PUBLICAR TU CONTENIDO PERIODÍSTICO?

Contenido de ventas:

COMMUNITY MANAGER	FOTÓGRAFA	PERIODISTA DIGITAL
NECESITAS UNA COMMUNITY MANAGER QUE GESTIONE TUS REDES SOCIALES?	¿QUIERES PLASMAR TUS IDEAS EN MOMENTOS INOLVIDABLES?	

PLAN DE CONTENIDO SEGÚN FORMATO



6. ESTRATEGIA DE SEO

Community Manager	Fotógrafa	Periodista Digital
1.Contenido digital	1.Colores	1. Redacción digital
2. Redes Sociales	2. Habilidades	2. Comunicación digital
3. Marca	3. Fotografía	3. Plataformas digitales
4. Marketing de contenidos	4. Contraste	4. Multimedia
5. Estrategia	5. Planos	5. Creador de contenidos
6. Crecimiento	6. Encuadre	6. Tecnología
7. Proyecto	7. Sesiones fotográficas	7. Audiencia
8. Gestión de redes sociales	8. Experiencia	8. Innovación
9. Herramientas digitales	9. Imágenes	9. Atraer
10. Creación de contenidos	10. Servicios fotográficos	10. Influencia

De acuerdo con los servicios que ofrece "Andrea Cardoza" y una vez definidos los pilares; community manager, fotógrafa y redactora digital. Es necesario conocer las palabras claves que

fortalecerán el posicionamiento SEO para la búsqueda de la marca y destacar sobre la competencia. A continuación, detallo una lista por pilares de contenido.

7. MEDICIÓN Y ANÁLISIS

A través de los tres objetivos SMART establecidos en la estrategia de marketing de Andrea Cardoza, vamos a cuantificar los resultados a través de distintos KPI's.

Con ellos, se puede comprobar que todo lo elaborado ha dado resultado según lo que necesita Andrea para su marca. Aumentar el número de seguidores, fomentar las interacciones a través del contenido y que futuros empleadores se interesen en los servicios que ofrece: community manager, fotógrafa y periodista digital.

KPI'S

Los KPI'S son indicadores clave de rendimiento que se utilizan para evaluar el éxito de los proyectos o empresas, estos indicadores permiten además medir en tiempo real el funcionamiento de las estrategias de marketing que se utilizan para dar a conocer la marca personal.

OBJETIVO 1.

- Aumentar las interacciones de Facebook e Instagram publicando un contenido diario por red social para atraer más seguidores y futuros clientes en un periodo de 6 meses.

Los KPI para este objetivo son:

1. Métricas de Interacciones con el contenido (Facebook) *Interacciones con las publicaciones (Instagram) (compartidos, reacciones, clic, visualización de fotos).
2. Métricas de cantidad de Seguidores de las páginas de Instagram y Facebook
3. Métricas de Publicaciones destacadas según las reacciones.

OBJETIVO 2.

- Aumentar un 25% las probabilidades de aparecer en los motores de búsqueda, a través de redacción SEO aplicada a 30 publicaciones en un periodo de 4 meses.

El KPI para este objetivo es:

1. Métricas de alcance de las publicaciones (Facebook) o Cuentas alcanzadas (Instagram)

OBJETIVO 3.

- Incrementar el 20 % de visualizaciones en las páginas de Facebook e Instagram a través de publicaciones de contenido de valor durante horas específicas del día y lograr mayores alcances en un periodo de 6 meses.

Los KPI para este objetivo son:

1. Métricas de visitas de Facebook y métricas de visitas del perfil de Instagram
2. Métricas de Formato de contenido destacado para Facebook e Instagram

8. Anexos

Calendario de contenidos:

El calendario está elaborado detalladamente con la descripción de cada pilar, formato, copy y red social a la que pertenece. En este caso, corresponden a Facebook e Instagram, que son las dos redes sociales en las que Andrea Cardoza está interesada en explotar para posicionar su marca.

El contenido será durante un mes (intercalando un día sí y un día no de publicaciones, 2 por red social). Están divididos en tres tipos de contenido:



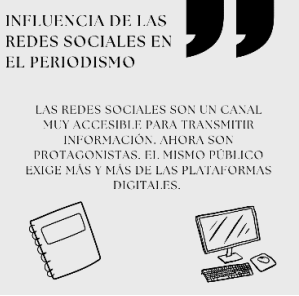
Contenido de marketing (10 publicaciones por red)





Contenido de interacción (3 publicaciones por red)




Contenido de ventas (2 publicaciones por red)

CALENDARIO DE CONTENIDOS

FECHA	RED SOCIAL	TIPO DE CONTENIDO	PILAR DE CONTENIDO	COPY	DESCRIPCIÓN GRÁFICA
1/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Community manager	Interactúa con tus clientes y desarrolla buenas relaciones profesionales. Práctica estas habilidades para la gestión y creación de contenido digital exitoso.	
1/10/2024	Instagram	Marketing de contenido	Fotografía	Juega con los colores en tus fotografías y aprende a transmitir imágenes fabulosas. Sigue los siguientes consejos para tus próximos proyectos.	
3/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Periodismo digital	Existen dos tipos de públicos para un periodista digital. El que realiza un escaneo y no lee todo el texto y el que le gusta leer a detalle cada artículo. Ambos públicos son importantes atraparlos. El que lee mucho para que lo siga haciendo. El que lee poco que se interese en el tema. Verifica si pones en práctica estos tips	

3/10/2024	Instagram	Marketing de contenido	Community manager	<p>Aumento de la competencia, interacción de la comunidad en línea y el auge de las redes sociales, es una realidad de la que debes analizar, para lograr mantenerse en el mundo digital. Conoce las tendencias del 2024 que te mantendrán vigente como community manager.</p>	 <p>INTELIGENCIA ARTIFICIAL</p> <p>En estos últimos tiempos, el uso de la inteligencia artificial se ha convertido en una tendencia dentro del marketing digital. Permite la creación de contenido más rápido.</p> <p>Con esta herramienta puedes trabajar con el uso de chatbots, que pueden generar conversaciones en tiempo real con clientes o usuarios y dar respuestas cercanas de lo que necesitan. Sin duda alguna, esta es una forma muy novedosa y efectiva en las estrategias de marketing.</p>
5/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Fotografía	<p>¿Quieres tener mayores oportunidades laborales a través de tus fotografías? 📷📷 Aplica estas maneras de promocionar tus habilidades fotográficas en plataformas digitales. Pueden ser de gran ayuda para aplicar a tu trabajo ideal.</p>	 <p>MANERAS DE PROMOCIONAR TUS HABILIDADES FOTOGRÁFICAS EN PLATAFORMAS DIGITALES</p> <p>Capta los mejores momentos Andrew Carreira</p>
5/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Community manager	<p>¿Sabes cómo influyen las redes sociales en el periodismo? Crea contenido para medios de comunicación digital. Toma en cuenta lo siguiente y serás un profesional en las redes.</p>	 <p>INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PERIODISMO</p> <p>“</p> <p>LAS REDES SOCIALES SON UN CANAL MUY ACCESIBLE PARA TRANSMITIR INFORMACIÓN. AHORA SON PROTAGONISTAS. EL MISMO PÚBLICO EXIGE MÁS Y MÁS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES.</p>

7/10/2024	Facebook	Contenido de ventas	Community manager	<p>¿Necesitas fotografías que generen impacto para tu negocio o tu marca?</p> <p>Andrea Cardoza dará a conocer tus proyectos, productos o servicios. Es una forma muy creativa para lograr reconocimiento. Si quieres calidad, busca a los expertos.</p>	
7/10/2024	Instagram	Contenido de interacción	Community manager	<p>Mi cara después que un cliente me pide cambios en la estrategia que ya había aprobado... ¿A cuántos les ha pasado?</p>	<p>"Al mal tiempo, buena cara"</p> <p>mi cara:</p> 
9/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Periodismo digital	<p>Comunicar, atraer y educar son los principales objetivos de la redacción digital. Pero, ¿sabes las características de este tipo de redacción? Este post te ayudará a saber que debes incluir.</p>	
9/10/2024	Instagram	Marketing de contenido	Fotografía	<p>Buen encuadre, composición fotográfica y unos buenos planos es suficiente. Práctica y mira los resultados. Puedes ser un artista si los utilizas oportunamente</p>	




11/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Fotografía	<p>Sigue estos tips que serán muy útiles.</p> <p>* Enfoca a tu público en el elemento principal en el que quieres captar su atención. Anímate a intentarlo y verás los resultados.</p>	
11/10/2024	Instagram	Contenido de ventas	Community manager	<p>¿Preocupado porque tus redes sociales no funcionan para tu marca? Necesitas a una experta que explote tu marca al máximo. Confía en el trabajo profesional y pon tu marca o tu negocio en las mejores manos. Andrea Cardoza elabora las mejores estrategias digitales. Fideliza y posiciona tus productos o servicios en el mundo digital. Contáctame a través de DM.</p>	
13/10/2024	Facebook	Contenido de interacción	Community manager	<p>¿A poco no se te antoja?</p>	

13/10/2024	Instagram	Marketing de contenido	Community manager	Visualmente es una red social muy divertida y atractiva. Puedes sacarle el mayor provecho, siempre y cuando sigas estos consejos.	
15/10/2024	Facebook	Marketing de contenidos	Periodismo digital	Alcanza oportunidades laborales a través del periodismo digital. Profesionales en el periodismo, han alcanzado cargos muy importantes dentro del mundo digital. Evalúa estas opciones y explota tus conocimientos.	
15/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Periodismo digital	Crea contenido para medios de comunicación digital. Toma en cuenta lo siguiente y serás un profesional en las redes.	

17/10/2024	Facebook	Contenido de interacción	Fotografía	Sé que eres un gran artista. Muéstrame tu mejor fotografía	
19/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Community manager	Instagram es una red social con muchas características enriquecedoras. Un community manager no puede pasar desapercibida esta grandiosa red. Aplica estos tips y verás los resultados	
19/10/2024	Facebook	Marketing de contenidos	Community manager	¿Buscas las mejores herramientas para crear contenido en redes sociales? herramientas para simplificar tus tareas en las redes sociales. De, esta forma, puedes conocer todos los por menores de tu marca de una manera sencilla. Hay muchas más herramientas que puedes utilizar. Pero aquí te presento las más accesibles y completas.	

21/10/2024	Instagram	Contenido de ventas	Fotografía	<p>Incorpora fotografías de calidad y proyecta una imagen profesional para tu empresa. Andrea Cardoza, ofrece servicio de fotografías publicitarias para empresa o negocios. También servicios personalizados para eventos o sesiones fotográficas. ¡No limites tus ideas, conviértelas en historias! Escíbeme para más información.</p>	 <p>Consigue capturar lo mejor del presente para tu éxito en el futuro. Llega a tus clientes potenciales a través de ingeniosas fotografías o captura los mejores momentos de un evento.</p>
21/10/2024	Facebook	Contenido de interacción	Periodismo digital	<p>No es por presumir, pero el éxito lo traemos dentro. ¿No lo pueden negar o sí?</p>	
23/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Fotografía	<p>Estrategia, marca y fotografía. Son 3 elementos que deben estar ligados al momento de decidir lanzar una campaña o proyecto. El objetivo es crear una experiencia visual cautivadora. ¡Analiza estos consejos y manos a la obra!</p>	 <p>IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN EL MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Permiten contar historias ✓ Transmite un mensaje según el enfoque ✓ Transmite información en menos tiempo ✓ Muestra el lado profesional de tu marca <p>Sígueme para más contenido</p>

23/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Community manager	<p>¿Quieres ser un community manager? Aprende un poco acerca de estos campos. No se trata de que lo sepas todo, pero sí debes ser integral para poder sumergirte en el mundo digital. Estas áreas sumarán a tu perfil profesional. Si quieres ser un administrador de un público masivo en redes sociales, toma en cuenta lo siguiente</p>	
25/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Periodismo digital	<p>Atrévete a incursionar dentro del periodismo digital. No tengas miedo a los cambios y se parte de los nuevos retos tecnológicos. Visualiza los beneficios que te ofrece esta oportunidad para expandir tu audiencia. Recuerda que para la información, no existen fronteras</p>	
25/10/2024	Facebook	Contenido de ventas	Community manager	<p>¡Si tu negocio no aparece en la web, tu negocio no existe! Posiciona tu marca en el mundo digital y las redes sociales. Lleva tu marca a otro nivel. Confía en Andrea Cardoza. Innovación, responsabilidad y calidad. Pide información especializada a través de inbox.</p>	

27/10/2024	Instagram	Marketing de contenidos	Community manager	Escoge la mejor opción estratégica para tus campañas de marketing. Considera cada punto según los objetivos de tu marca. Analiza estas diferencias entre marketing tradicional y marketing digital.	 <p>MARKETING TRADICIONAL vs MARKETING DIGITAL</p> <p>TRADICIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ENFOQUE: La audiencia no puede decidir completamente que los de publicidad ve. Los medios de comunicación tradicionales muestran un producto o servicio para que sea protagonista. MEDIOS: Utilizan medios de comunicación tradicionales para dar a conocer campañas, proyectos o servicios. Por ejemplo: medios impresos, televisión, radio, etc. ENGAGEMENT: Permite una interacción emocional. El público puede obtener beneficios como descargas de documentos, ver vídeos, participar en blogs, etc. <p>DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ENFOQUE: Las personas eligen si quieren ver un contenido o no. Por lo tanto, se vuelve un desafío captar la atención y más aún, que recuerden lo que se está mostrando. MEDIOS: Se facilita porque está al alcance de todos y es más precisa. Publicaciones a través de las redes sociales, sitios web o blogs son más estratégicos y más efectivos. ENGAGEMENT: El tiempo para ver los resultados de que han ocurrido con una campaña, es más tardado, por lo que ver los resultados a mediano o largo plazo.
27/10/2024	Facebook	Marketing de contenidos	Fotografía	Conoce más aquí: https://www.sony.com.cr/alphauniverse/stories/ que es-el.contraste-y-como-puedo-aprovecharlo-en-mis-fotos	
29/10/2024	Instagram	Contenido de interacción	Fotografía	¿Qué otra fotografía consideras que es parte de la historia?	 <p>Sabías que...</p> <p>Esta fotografía es considerada la más icónica en la historia. Es el momento justo donde un hombre en la Plaza de Tiananmén, en Beijing, se posicionó frente a una caravana de tanquetas, luego de varios días de represión por manifestaciones ocurridas en contra de un sistema corrupto y opresor. Hasta hoy en día, no se sabe su identidad. Su valentía recorrió el mundo y quedó en la historia.</p> <p>¿Qué otra fotografía consideras que es parte de la historia?</p>

31/10/2024	Facebook	Marketing de contenido	Community manager	Cuida tu perfil y práctica estos pequeños consejos que pueden ayudarte. Recuerda que cada acción que reflejes es un punto a favor con tus clientes.	 <p>SIGUE ESTOS TIPS Y PODRÁS VER LOS RESULTADOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Adapta-te a los cambios según la audiencia. 2 Busca actualizarte profesionalmente con respecto a las tendencias digitales. 3 Publica contenido de valor para la audiencia a la que te diriges. 4 Esfuérzate para conocer constantemente lo que necesitan tus seguidores. 5 Cuida los respaldos para tu público. Contesta únicamente a esas según el contexto del tema.
31/10/2024	Instagram	Contenido de interacción	Periodismo digital	Cuéntame donde prefieres publicar tu contenido de tus trabajos periodísticos. Dime por qué es tu plataforma predilecta ¡Te leo en los comentarios!	 <p>¿QUÉ PLATAFORMA ES TU FAVORITA PARA PUBLICAR TUS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS?</p> <p>SEGURAMENTE COMO PERIODISTA DIGITAL, TIENES UNA PLATAFORMA PREFERIDA PARA PODER PUBLICAR TU CONTENIDO. CADA UNA DE ELAS OFRECE ALGO DIFERENTE QUE LO PUEDES APROVECHAR PARA ATRAER A TUS LECTORAS.</p> <p>APROVECHA CADA UNA DE ELAS Y ADAPTA TU CONTENIDO DE ACORDO A LAS NECESIDADES DE TU PÚBLICO.</p> <p>LEE NUESTRO ARTÍCULO EN WWW.SITIOINCREIBLE.COM</p>

BIBLIOGRAFIA

- ComfamaPro (2024, febrero 20) ¿Por qué la fotografía es tan importante en un mundo digital?
<https://www.comfamapro.com/blog/fotografia-en-un-mundo-digital>
- González, Floribeth (2022) 4 formatos para hacer un periodismo de marca afectivo
<https://www.floribethgonzalez.com/4-formatos-para-hacer-un-periodismo-de-marca-efectivo/>
- Lab media (2021) Conozca las definiciones de periodismo multimedia, crossmedia y transmedia
<https://fundacionperiodismo.org/medialabfpp/conozca-las-definiciones-de-periodismo-multimedia-crossmedia-y-transmedia/>
- Silva, laura (2023, enero 20) Marketing digital vs. Marketing tradicional: diferencias y ventajas.
<https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-digital-vs-marketing-tradicional>
- Tulpa (2022, mayo 6). ¿Cómo influye la fotografía en el marketing digital?
<https://www.tulpa.mx/blog/como-influye-la-fotografia-en-el-marketing-digital>