

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



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA
PERSONAL: "KATHERIN RAMOS"**

PRESENTADO POR:

KATHERIN ESTEFANY RAMOS PONCE (RP17045).

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

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

DOCENTE COORDINADOR

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL
SALVADOR, CENTROAMÉRICA, JULIO 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

LICENCIADO DAVID ALFREDO BERNAL PICHE

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

AGRADECIMIENTOS

En este punto de mi vida después de largos años de camino, detengo mi paso para mirar atrás con gratitud y hacia adelante con esperanza expresando así mis agradecimientos.

A Dios, la fuerza omnipresente por la guía silenciosa en mi camino. A mi madre Nerys Ponce, cuyo amor incondicional y sacrificio de su día a día me ha brindado fuerza para continuar, su amor ha sido mi ancla, nunca dejando de creer en mis sueños. A mis hermanas Jessica y Yamileth Ponce, cuyo apoyo ha sido el eco en los momentos más difíciles.

A mi mejor amiga Andrea por siempre estar dispuesta a escucharme, el constante apoyo han sido un regalo invaluable durante este arduo viaje académico.

Por la paciencia infinita, Rodrigo, te agradezco todo lo que has hecho por mí, por estar siempre a mi lado apoyándome en los desafíos.

A todos aquellos amigas, amigos y colegas cuyos buenos momentos iluminaron mis días y cuyas manos sostuvieron las mías en los momentos de duda, a los que aún siguen presentes y a los que el destino decidió separarnos, pero aun así guardo gratos recuerdos, gracias.

A los maestros que sembraron semillas de conocimiento en mi mente, grandes fuentes de inspiración. A todos los mencionados y a aquellos que, por espacio o por nombre, no están presentes en estas líneas, los llevo en mi corazón mientras avanzo hacia nuevos proyectos.

En este sendero de logros, sus nombres se entrelazan con el mío, formando un tapiz de gratitud que adorna este momento de gran felicidad.

ÍNDICE

CONTENIDO	Nº DE PÁGINA
RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	8
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	9
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	10
FODA	11
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LinkedIn/Instagram.....	12
CONCLUSION DE LA COMPETENCIA.....	16
BUYER PERSONAS EN LINKEDIN	17
BUYER PERSONAS EN INSTAGRAM.....	20
CANALES DIGITALES.....	23
LÍNEAS DE CONTENIDO	24
KIP'S A MEDIR	25
HERRAMIENTA DE APOYO.....	25
CALENDARIO DE CONTENIDO	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS.....	34
ARTES GRÁFICOS DE BUYER PERSONA	37

RESUMEN

En el presente trabajo, se explora cómo la práctica laboral en el posicionamiento de la marca personal puede ser fortalecida y profesionalizada para obtener un mayor respaldo en el ámbito del Marketing Digital. Este proceso es fundamental para impulsar una marca de manera efectiva. La estrategia propuesta aborda tanto aspectos teóricos como prácticos, destacando el uso adecuado de las redes sociales y plataformas digitales como herramientas clave para el crecimiento de las marcas personales en el entorno digital. Sin embargo, es crucial que esta estrategia esté respaldada por un plan sólido que fomente la innovación continua y el fortalecimiento constante. En este contexto, se destaca el papel fundamental de las redes sociales como herramienta principal, mostrando su versatilidad y cómo sus funciones pueden contribuir significativamente al posicionamiento digital integral. Además, se resalta la importancia de comprender a la competencia y de crear un distintivo que permita innovar en la oferta de servicios complementarios a la práctica profesional. Por último, se presenta detalladamente la estrategia a seguir mediante un calendario de publicaciones, con el fin de potenciar la marca, consolidar su posicionamiento y fomentar la interacción con el público en las redes sociales.

Palabras claves: marketing digital, emprendimientos, posicionamiento, SEO, estrategia digital, El Salvador, comunicaciones, reelancer

INTRODUCCIÓN

En el contexto de la era digital, una marca personal se convierte en un activo fundamental, funcionando como tu tarjeta de presentación en el vasto mundo en línea. En un entorno saturado de información, una marca personal sólida te permite destacarte entre la multitud, construir credibilidad y generar confianza entre tu audiencia.

Además de potenciar tu visibilidad, una marca personal bien definida facilita la conexión con oportunidades profesionales y colaborativas. Te otorga un control significativo sobre cómo te presentas en el ámbito digital, permitiéndote gestionar tu imagen y reputación de manera estratégica.

En resumen, una marca personal bien gestionada no solo te permite destacar, sino que también te proporciona las herramientas necesarias para prosperar en el competitivo mundo digital actual.

Este trabajo “ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONAL: "KATHERIN RAMOS", destaca una fase crucial en la evolución de la marca hacia una propuesta innovadora en el entorno digital. Esta adaptación es esencial para responder a los requisitos cambiantes del mundo actual de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Implica un proceso meticuloso que abarca desde la comprensión de las tendencias digitales hasta la implementación de estrategias creativas que aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el mundo online. En este sentido, la marca no solo se ajusta a los requerimientos actuales de las TIC, sino que también busca sobresalir y diferenciarse a través de propuestas novedosas y efectivas en el mundo digital.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Antecedentes

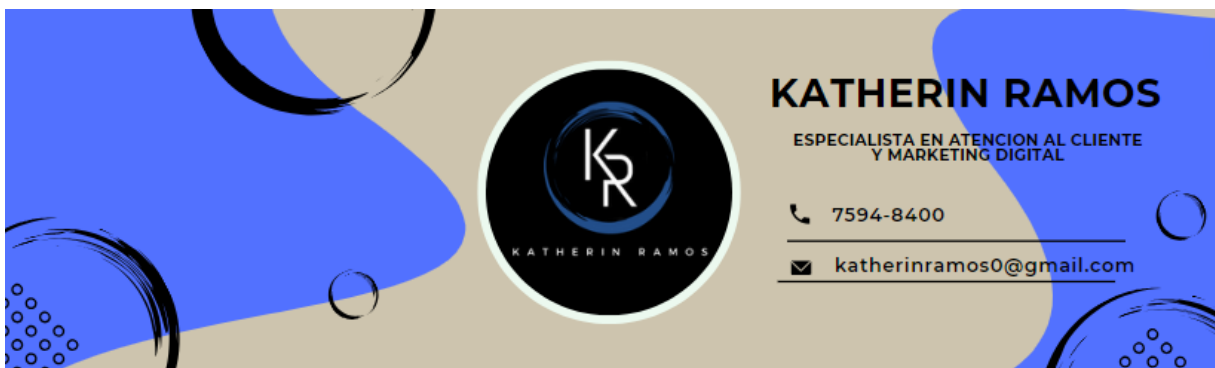
La marca personal “Katherin Ramos” surge como iniciativa de dar seguimiento a las redes sociales de un emprendimiento. Ofreciendo servicios de marketing que se caracterizan por su enfoque estratégico, creatividad y pasión por la innovación y éxito de sus clientes y proyectos.

Los servicios de marketing reflejan el conocimiento en áreas como estrategia digital, marketing de contenidos, gestión de redes sociales y atención al cliente.

El enfoque se basa en la creación de estrategias sólidas que generen resultados tangibles, ya sea en términos de crecimiento de audiencia, generación de leads o aumento de la visibilidad en línea.

Además de promocionar mis servicios, mi perfil de LinkedIn e Instagram también refleja mis valores personales y profesionales. Esperando que sea la primera impresión que un posible cliente tenga de mí, transmitiendo mi compromiso con la excelencia y la integridad en mi trabajo.

He apoyado pequeños emprendimientos con campañas de publicidad y capacitaciones de estrategias en los medios digitales tales como Instagram y Facebook, tal es el caso de Ideal sv un microemprendimiento.



INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Los servicios profesionales dividen en dos grandes rubros:

1. Elaboración de campañas comunicacionales.

Las campañas comunicacionales se basan en realizar estrategias que permitan mayor alcance de la marca que se quiere impulsar y con ello crear contenido publicitario para productos o servicios. Agregado a ello, permite que las marcas tengan mayor notoriedad, ofrezcan innovación y se logren alcanzar las metas proyectadas a corto, mediano y largo plazo.

En el caso de KATHERIN RAMOS FOTOGRAFA Y ESTRATEGA DIGITAL, en este rubro se desglosan las campañas comunicacionales en estas áreas:

- Diseño de logotipos y línea gráfica de campaña comunicacional.
- Redacción de comunicados de prensa y notas conceptuales.
- Elaboración de artes gráficos (para redes sociales y sitios digitales).

2. Posicionamiento de marca.

En el caso del posicionamiento de marca, se entiende como el plan de acción que lleva a la marca a quedar impregnada en la mente en las audiencias. La meta en este sentido es generar un impacto único y que esta tenga la capacidad de asociarse a algo específico, deseable, único y que sea identificable de forma inmediata.

Con ello, la marca KATHERIN RAMOS – FOTOGRAFA Y ESTRATEGA DIGITAL basa su proceso de posicionamiento de marca ofrece los siguientes ámbitos de trabajo:

- Producción y logística de eventos presenciales y virtuales.
- Producción de contenido visual atractivo, como gráficos, videos promocionales y logotipos.
- Branding de marca.
- Creación de contenido de valor.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

GENERAL 1

Aumentar el reconocimiento de mi marca personal un 50% a través de la implementación de tácticas de marketing digital que incluyen la creación constante de contenido de alta calidad y la medición constante de los resultados en las redes sociales durante el primer trimestre del 2024.

ESPECIFICO 1.1.

Garantizar constantemente el rendimiento de la estrategia a través de métricas clave, como el crecimiento de seguidores, la participación de la audiencia y las conversiones, y ajustar la estrategia en consecuencia usando KPI's claves. audiencia.

ESPECIFICO 1.2.

Realizar un análisis trimestral del rendimiento de cada fuente de ingresos, utilizando métricas claras como el incremento porcentual en los ingresos, la reducción de costos asociados o el aumento en la rentabilidad, con el fin de identificar oportunidades de mejora y optimización, asegurando contar con las herramientas y el personal necesario para llevar a cabo estos análisis.

GENERAL 2

Desarrollar estrategias para generar ingresos del 55% a través de la marca personal mediante la venta de productos digitales, servicios o colaboraciones patrocinadas en redes sociales, para alcanzar esta meta en el mes de septiembre de 2024.

- ESPECIFICO 2.1.

Crear y lanzar al menos tres productos digitales para generar ingresos del 20% mensuales, utilizando plataformas de venta establecidas y aprovechando la audiencia actual, alcanzando este objetivo para agosto de 2024.

- ESPECIFICO 2.2.

Establecer cinco colaboraciones patrocinadas con marcas relevantes, generando ingresos del 30% mensuales, iniciando en marzo de 2024 y alcanzando el objetivo mensual para septiembre de 2024.

FODA



El análisis del sistema FODA es un proceso que ayuda a visualizar de manera clara y precisa la situación real en la que se encuentra la empresa, permitiendo identificar tanto sus fortalezas y oportunidades como sus debilidades y amenazas.

Esto facilita la planificación de posibles estrategias para alcanzar los resultados. En este contexto, la marca KATHERIN RAMOS – FOTÓGRAFA Y ESTRATEGA DIGITAL presenta su análisis FODA con los siguientes resultados:

Fortalezas:

- Amplia experiencia en fotografía y estrategias digitales.
- Alta calidad en la producción de contenido visual.
- Sólida presencia en redes sociales con una audiencia comprometida.

Oportunidades:

- Creciente demanda de contenido visual y estrategias digitales personalizadas.
- Expansión a nuevos mercados a través de colaboraciones y asociaciones.
- Desarrollo de productos digitales como cursos y tutoriales en línea.

Debilidades:

- Dependencia de las plataformas de redes sociales para la promoción.
- Necesidad de actualización constante en tendencias tecnológicas y de marketing.
- Limitación de recursos para expansión rápida.

Amenazas:

- Competencia creciente en el campo de la fotografía y estrategias digitales.
- Cambios en los algoritmos de redes sociales que pueden afectar la visibilidad.
- Fluctuaciones en la demanda del mercado debido a factores económicos.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LinkedIn/Instagram

Atilio Flores

Valoración del contenido.

Atilio ofrece un servicio estético y sintetizado en diseño digital con enfoque infográfico sobre temas culturales.

Trabaja con medios impresos.

Su estilo es esquemático con apoyo de imágenes e infografías creativas.

Utiliza un diseño llamativo y atractivo que captura la atención de tu audiencia.

Los colores, las imágenes y la disposición deben ser visualmente agradables y coherentes con tu marca personal.

Análisis de competencia

Como marca personal es visualmente impresionante, pero a veces se ve comprometido por una tendencia hacia la complejidad. A menudo, las infografías pueden sobrecargarse con detalles que dificultan la absorción de la información por parte del espectador. El creador busca un equilibrio entre la estética y la claridad informativa, simplificando los elementos visuales para lograr una comunicación más efectiva.

Análisis por red social

Cuenta con 904 seguidores de los cuales se encuentran colegas y personal interesado en su labor al ser un reconocido creador de contenido, sin embargo, no tiene mucha interacción con su público, por otro lado, recibe interacciones por sus logros publicados.



Atilio Flores

Valoración del contenido.

En cuanto a Instagram Atilio es más personal su perfil, con reels de viajes e información cultural y comparte trabajo fotográfico. En historias destacadas comparte su trabajo de infografías. Su estilo es videos grabados con móvil o cámara profesional, tiene uno de sus trabajos favoritos como descripción. Utiliza un diseño personal completando fotografías con diferentes publicaciones en el perfil.

Análisis de competencia

Su capacidad para combinar el ámbito personal y mantener su estilo de infografía visual en su contenido es evidente a través de la promoción de imágenes y la construcción de una comunidad comprometida. Si bien podría diversificar su contenido y explorar más allá de Instagram para expandir su alcance, su enfoque actual muestra un potencial sólido para desarrollar una marca personal influyente en el mundo del diseño y el contenido visual en línea.

Análisis por red social

Cuenta con 4,602 seguidores. reconociendo a Instagram como la red social de mayor alcance de su marca personal. Tiene pocos comentarios, su publicación de más de 80 likes es de una foto personal.



Michelle Milano

Valoración del contenido.

Michelle Milano, Publicista, Relacionista Público, especialista en Marketing Digital. gestiona perfiles profesionales y empresas que deseen optimizar y potenciar sus redes sociales a través de cursos y asesorías personalizadas de Marketing Digital

Trabaja con emprendimientos y empresas.

Su estilo es enseñanza y cursos, crea su propio contenido vendiéndose como marca personal con videos y reels.

Utiliza un diseño llamativo y atractivo que captura la atención de tu audiencia con videos cortos. Los colores visualmente agradables y coherentes con su marca personal.

Análisis de competencia

En LinkedIn, la creadora muestra una orientación hacia el ámbito profesional y comparte contenido relacionado con el marketing y el desarrollo de carrera. Esto demuestra su capacidad para adaptarse a las diferentes audiencias y plataformas. Esta creadora muestra un enfoque prometedor en la combinación de marketing y contenido visual en las redes sociales

Análisis por red social

Cuenta con 677 seguidores y más de 500 contactos, se destaca su interacción activa con seguidores, lo que contribuye a una comunidad comprometida.



Michelle Milano

Valoración del contenido.

En Instagram, su contenido visual es atractivo y coherente con una estética cuidadosamente curada, lo que demuestra su habilidad para contar historias visualmente en línea hasta la gestión de redes sociales y análisis de datos. Su estilo: Videos, imágenes con frases de fortaleza, cuenta con cursos y asesorías sobre marketing, desarrolla creación directo de contenido visual de su marca personal. Brinda asesoramiento a emprendedores y pequeñas empresas. Cuenta con su propia línea grafica con tonos verde menta, blanco y letra negra y blanca.

Análisis de competencia

La creadora de marketing y contenido en Instagram exhibe una destacada combinación de habilidades estratégicas y creativas en su presencia en línea, en general, este creador tiene un gran potencial para destacar tanto en el ámbito del marketing como en la creación de contenido visual en Instagram._

Análisis por red social

Cuenta con 199 mil seguidores. Su capacidad para involucrar a la audiencia es notable, con una interacción activa en forma de comentarios y me gusta en sus publicaciones. También destaca por su uso de hashtags relevantes y estrategias de colaboración con otros creadores, lo que contribuye a la expansión de su alcance.



CONCLUSION DE LA COMPETENCIA

Desde el análisis detallado de la competencia, se desprende la necesidad imperativa de que los perfiles seleccionados estén continuamente innovando y adaptándose en el entorno dinámico de las redes sociales. Esta adaptación es crucial, especialmente cuando se busca captar la atención del público joven, cuyos hábitos y preferencias cambian rápidamente. La capacidad de mantenerse a la vanguardia no solo implica estar al tanto de las últimas tendencias, sino también de anticiparse y liderar en la creación de contenido relevante y atractivo.

Cada uno de los perfiles analizados ha construido una trayectoria en el mercado, algunos incluso diversificando sus áreas de especialización para abarcar diferentes rubros. Esta diversificación estratégica refleja un intento por alcanzar una audiencia más amplia y responder a diversas necesidades del mercado. Sin embargo, a pesar de esta variedad de enfoques, solo uno ha logrado mantener una presencia activa y constante a lo largo del tiempo. Esta consistencia no solo fortalece su posicionamiento en el mercado, sino que también representa un desafío significativo para otros competidores que buscan atraer nuevos clientes.

La persistencia y la continuidad en la actividad en redes sociales son cruciales para establecer y mantener una conexión duradera con los clientes. La capacidad de mantenerse activo no solo asegura una visibilidad constante, sino que también construye confianza y familiaridad con el público objetivo. Esto se convierte en un obstáculo considerable para aquellos perfiles que buscan expandir su base de clientes, ya que competir con un rival establecido y reconocido puede requerir estrategias innovadoras y una diferenciación clara en el mercado digital.

BUYER PERSONAS EN LINKEDIN

Persona 1: Dennis, el Estratega de Marketing Digital

Nombre: Dennis López

Edad: 28 años

Cargo: Estratega de Marketing Digital

Ubicación: Bogotá, Colombia

Educación: Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas

Ingresos: \$40,000 anuales

Estado Civil: Soltero

Metas:

1. Construir una red sólida de contactos en la industria del marketing.
2. Publicar contenido relevante que muestre su experiencia y habilidades.

Desafíos:

1. Competencia alta en el campo del marketing digital.
2. Falta de tiempo para crear y publicar contenido de calidad regularmente.
3. Mantenerse actualizado con los constantes cambios en el algoritmo de LinkedIn.

Valores y Motivaciones:

1. Innovación: Le gusta estar a la vanguardia de las últimas tendencias.
2. Crecimiento Profesional: Busca continuamente mejorar y avanzar en su carrera.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Blogs de marketing digital.
2. Webinars y cursos en línea.
3. Publicaciones y grupos de LinkedIn.

Persona 2: Natalia, la Coach de Marketing

Nombre: Natalia Hernández

Edad: 45 años

Cargo: Coach de Marketing

Ubicación: Madrid, España

Educación: MBA en Marketing

Ingresos: \$60,000 anuales

Estado Civil: Casada, con un hijo

Metas:

1. Aumentar su visibilidad como coach de marketing.
2. Generar leads para su negocio de coaching.
3. Compartir su experiencia y ayudar a otros a crecer profesionalmente.

Desafíos:

1. Crear contenido atractivo que resuene con su audiencia.
2. Convertir seguidores en clientes.
3. Manejar su tiempo entre coaching y creación de contenido.

Valores y Motivaciones:

1. Impacto: Quiere hacer una diferencia ayudando a otros a mejorar en marketing.
2. Experiencia: Valora la formación continua y el aprendizaje.
3. Comunidad: Disfruta conectando con otros profesionales.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Libros y blogs de desarrollo profesional.
2. Cursos y talleres de coaching.
3. Publicaciones y grupos de LinkedIn.

Persona 3: Christopher, el Consultor de Marketing B2B

Nombre: Christopher Mendoza

Edad: 38 años

Cargo: Consultor de Marketing B2B

Ubicación: Santiago, Chile

Educación: Licenciatura en Administración de Empresas

Ingresos: \$70,000 anuales

Estado Civil: Casado, con dos hijos

Metas:

1. Establecerse como líder de pensamiento en marketing B2B.
2. Aumentar su red de contactos con decision-makers en empresas.
3. Publicar artículos y estudios de caso que muestren su experiencia.

Desafíos:

1. Crear contenido que demuestre su conocimiento y experiencia de manera efectiva.
2. Competir con otros consultores y agencias de marketing.
3. Mantenerse relevante y visible en LinkedIn.

Valores y Motivaciones:

1. Profesionalismo: Se esfuerza por mantener una imagen profesional y respetada.
2. Conocimiento: Constantemente busca aprender y compartir nuevas ideas.
3. Networking: Valora las conexiones y relaciones profesionales.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Publicaciones de LinkedIn y grupos de discusión.
2. Blogs y webinars de marketing B2B.
3. Libros sobre estrategias de marketing y ventas.

BUYER PERSONAS EN INSTAGRAM

Persona 1: Yamileth, la Influencer de Marketing

Nombre: Yamileth Martínez

Edad: 30 años

Cargo: Influencer de Marketing

Ubicación: Ciudad de México, México

Educación: Licenciatura en Comunicación

Ingresos: \$50,000 anuales

Estado Civil: Soltera

Metas:

1. Aumentar su número de seguidores y engagement en Instagram.
2. Colaborar con marcas reconocidas en el ámbito del marketing.
3. Crear contenido visual atractivo y educativo sobre marketing.

Desafíos:

1. Mantener una publicación constante de contenido de alta calidad.
2. Competir con otros influencers en el mismo nicho.
3. Convertir seguidores en clientes o colaboradores.

Valores y Motivaciones:

1. Creatividad: Disfruta creando contenido visualmente atractivo.
2. Impacto: Quiere inspirar y educar a sus seguidores sobre marketing.
3. Colaboración: Le gusta trabajar con otras marcas y profesionales.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Otras influencers de marketing y negocios.
2. Tendencias de redes sociales y marketing digital.
3. Tutoriales y cursos en línea.

Persona 2: Jefferson, el Emprendedor de Marketing

Nombre: Jefferson Gómez

Edad: 34 años

Cargo: Fundador de una Agencia de Marketing

Ubicación: Lima, Perú

Educación: Licenciatura en Administración de Empresas

Ingresos: \$70,000 anuales

Estado Civil: Casado, con un hijo

Metas:

1. Promocionar su agencia de marketing y atraer nuevos clientes.
2. Compartir casos de éxito y testimonios de clientes.
3. Crear una marca personal sólida que respalde su negocio.

Desafíos:

1. Crear contenido que destaque su experiencia y los resultados de su agencia.
2. Mantener una presencia activa y atractiva en Instagram.
3. Diferenciarse de otras agencias de marketing en la plataforma.

Valores y Motivaciones:

1. Resultados: Se enfoca en demostrar el éxito de sus estrategias.
2. Innovación: Busca siempre nuevas maneras de hacer marketing.
3. Confianza: Valora las relaciones de confianza con sus clientes.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Blogs y publicaciones de marketing.
2. Tendencias y novedades en Instagram.
3. Testimonios y estudios de caso de otras agencias.

Persona 3: Sofía, la Educadora de Marketing

Nombre: Sofía Ruiz

Edad: 32 años

Cargo: Educadora y Consultora de Marketing

Ubicación: Buenos Aires, Argentina

Educación: Licenciatura en Marketing

Ingresos: \$60,000 anuales

Estado Civil: Soltera

Metas:

1. Educar a su audiencia sobre las mejores prácticas en marketing.
2. Crear contenido educativo y tutoriales en Instagram.
3. Posicionarse como una experta y consultora confiable.

Desafíos:

1. Crear contenido educativo que sea fácil de entender y atractivo.
2. Atraer a seguidores interesados en aprender sobre marketing.
3. Manejar su tiempo entre la creación de contenido y las consultas.

Valores y Motivaciones:

1. Educación: Le apasiona enseñar y compartir conocimientos.
2. Profesionalismo: Quiere ser reconocida por su conocimiento y experiencia.
3. Impacto: Busca ayudar a otros a mejorar sus habilidades en marketing.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Libros y blogs de marketing y educación.
2. Cursos y webinars en línea.
3. Publicaciones y tutoriales en Instagram.

CANALES DIGITALES

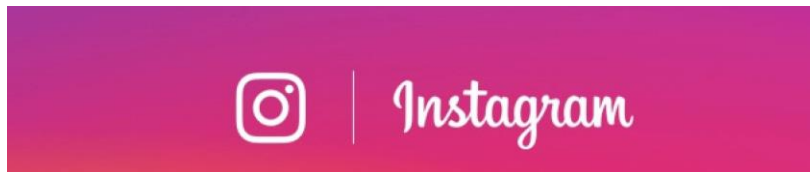
Como parte de un gran análisis en redes sociales, se establece que la marca personal KATHERIN RAMOS – FOTÓGRAFA Y ESTRATEGIA DIGITAL se posicionará a través de la red social Instagram y LinkedIn.



LinkedIn me permite construir una red de contactos valiosa, conectando con profesionales relevantes que pueden abrir puertas a nuevas oportunidades y colaboraciones. Esta red es esencial para expandir mis horizontes y acceder a proyectos significativos.

Además, LinkedIn facilita la promoción profesional al permitir que publique y comparta contenido de alta calidad que demuestra mi experiencia en fotografía y estrategia digital. Esto me ayuda a posicionarme como una experta en mi campo, atrayendo la atención de potenciales clientes y colaboradores.

La plataforma también ofrece herramientas analíticas que utilizo para medir la efectividad de mis publicaciones y ajustar mi estrategia en consecuencia. Este análisis continuo es crucial para optimizar mi contenido y maximizar su impacto.



Por otro lado, Instagram es una plataforma visual poderosa que me permite mostrar mi trabajo de fotografía de manera atractiva y efectiva. Al compartir imágenes y videos de alta calidad, puedo captar la atención de una audiencia amplia y diversa, destacando mis habilidades y creatividad en cada publicación.

Utilizando hashtags estratégicos y colaborando con otros profesionales e influencers, puedo aumentar mi alcance y atraer a potenciales clientes y seguidores interesados en mi trabajo.

La función de Stories y Reels en Instagram me permite compartir contenido de manera más dinámica y personal, mostrando el detrás de escena de mi trabajo, proyectos en curso y momentos del día a día. Esto no solo humaniza mi marca, sino que también fomenta una conexión más profunda y auténtica con mi audiencia.

LÍNEAS DE CONTENIDO

Al tener líneas de contenido claras, puedes optimizar el proceso de creación de contenido al saber exactamente qué temas abordar y cómo encajan en tu estrategia general. Esto ahorra tiempo y recursos al eliminar la necesidad de tomar decisiones sobre la marcha en cada pieza de contenido.

Al abordar estos aspectos de manera integral y estratégica, puedes fortalecer significativamente tu presencia y reputación en el mundo digital, estableciendo una marca personal sólida y relevante en el mercado.

El branding es el arte de crear una identidad distintiva que resuene con tu audiencia y se destaque en un mercado saturado. Para lograr esto, es fundamental abordar varios aspectos clave:

Aspecto Clave	Descripción
Historia de la Marca	Compartir la historia detrás de tu marca añade una dimensión humana y auténtica que conecta con tu audiencia. Esto puede incluir tus motivaciones, valores y los desafíos que has superado para llegar a dónde estás hoy.
Productos y Servicios Actualizados	Mantener tus productos y servicios relevantes y al día con las tendencias del mercado es esencial para mantener el interés y la lealtad de tus clientes. Esto implica una constante evaluación y mejora de tu oferta.
Acciones de Incidencia Pública	Participar en acciones de incidencia pública, como campañas sociales, eventos benéficos o asociaciones con organizaciones sin fines de lucro, puede ayudar a posicionar tu marca como una fuerza para el cambio positivo.
Posicionamiento Actual de Marca	Analizar y ajustar constantemente tu posicionamiento de marca te permite mantener una ventaja competitiva. Esto implica comprender cómo te perciben tus clientes en relación con tus competidores y adaptar tu estrategia en consecuencia.
Actualización de Línea Gráfica	La estética visual de tu marca es crucial y debe evolucionar junto con tu negocio. Mantener tu línea gráfica actualizada y coherente en todos los canales digitales ayuda a reforzar el reconocimiento de marca y a transmitir una imagen profesional y consistente.

KIP'S A MEDIR

Objetivo 1: Aumentar el reconocimiento de la marca personal un 50% a través de tácticas de marketing digital

1. **Alcance en redes sociales:**

- **KPI:** Número total de impresiones y alcance.
- **Métrica:** Incremento en el alcance mensual en un 50%.

2. **Crecimiento de seguidores:**

- **KPI:** Número de nuevos seguidores en plataformas clave (Instagram, LinkedIn).
- **Métrica:** Incremento del 50% en la cantidad de seguidores.

3. **Interacciones en redes sociales:**

- **KPI:** Número de likes, comentarios, compartidos.
- **Métrica:** Incremento mensual en la interacción de un 50%.

Objetivo 2: Desarrollar estrategias para generar ingresos del 55% a través de la marca personal para septiembre de 2024

1. **Ingresos generados por servicios:**

- **KPI:** Ingresos mensuales por servicios de consultoría, coaching, etc.
- **Métrica:** Lograr un aumento del 55% en ingresos por servicios.

2. **Colaboraciones y patrocinios:**

- **KPI:** Número y valor de colaboraciones patrocinadas en redes sociales.
- **Métrica:** Incremento del 55% en ingresos por colaboraciones y patrocinios.

HERRAMIENTA DE APOYO



- **ICONOSQUARE:** Permite medir el compromiso de los seguidores, incluyendo me gusta, comentarios, compartidos y el crecimiento de mis seguidores. Evalúa cuántas personas hacen clic en mis publicaciones, lo que puede ayudarme a comprender qué contenido es más efectivo en la generación de tráfico. Mide cuántas personas han visto mis publicaciones y cuán lejos ha llegado mi contenido.

CALENDARIO DE CONTENIDO

Este calendario está diseñado para el primer trimestre de 2024 (enero-marzo) y se enfoca en aumentar el reconocimiento de la marca personal. Con ello, la marca KATHERIN RAMOS – FOTOGRAFA Y ESTRATEGIA DIGITAL basa su proceso de posicionamiento de marca.

A continuación, se presenta una propuesta de calendarización por un periodo de 15 días, trabajado de la siguiente manera:

Tiempo de calendarización	Quincenal
Red social:	Instagram / LinkedIn
Keywords a utilizar:	# MarketingDigital #DesarrolloProfesional #Liderazgo #Networking #BrandingPersonal #EstrategiaDeNegocios #TendenciasIndustriales #CoachingEjecutivo #Consultoría

Día	Formato	Línea de contenido	Hashtags	Tipo de pieza	Hora	Copy
1	Publicación de Producto	Marketing de contenido	#MarketingDigital #EstrategiaDigital #Resultados	Destacar uno de mis producto o servicio clave.	1:00 p. m.	🚀 ¡Potencia tu presencia en línea con nuestros servicios de Marketing Digital! 🚀 Estoy comprometida en ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos de marketing de manera efectiva. Lista para trabajar contigo y crear estrategias personalizadas que impulsen tu presencia en línea y generen resultados tangibles. ¿Qué podemos hacer por ti? • Desarrollo de Estrategias de Contenido • Publicidad en Redes Sociales • Analítica y Seguimiento de Resultados Si eres una pequeña empresa o una corporación, nuestro enfoque está en ofrecer soluciones que se adaptan a tus necesidades específicas y presupuesto. ¡Eleva tu juego de marketing y déjanos ayudarte a destacar en el mercado!
2	Vídeo informativo	Marketing de contenido	#Consejos #Tutorial	Comparte un vídeo explicativo.	10:00 a. m.	

3	Tips para copys	Marketing de contenido	#Marketing #RedacciónCreativa #ContenidoDigital	Post sobre tips para copy	7:00 a. m.	¡Invierte tiempo en crear mensajes impactantes que resalten tu contenido visual! ¿Necesitas ayuda con tus copy? ¡Estamos aquí para ayudarte! ✉️💎
4	Cita Inspiradora	Marketing de contenido	#Inspiración #Motivación	Publicar una cita inspiradora relacionada con tu nicho.	5:00 p. m.	El marketing no es la magia de encontrar una estrategia perfecta; es el arte de comprometerse con la evolución constante. 📁💎
5	Publicación de Cliente	Marketing de contenido	#HistoriaDeÉxito #ClienteFeliz	Compartir una historia con tips para marketing.	7:00 a. m.	Recuerda que el crecimiento en marketing digital lleva tiempo y esfuerzo, pero con pasión y perseverancia, puedes lograr grandes cosas. ¡Nunca dejes de aprender y explorar! 📖💡
6	Publicación de contenido	Marketing de contenido	#RedesSociales #PublicidadDigital	Resaltar contenido	5:00 p. m.	

7	Oferta de servicio	Venta/promocional	#MarketingDigital #RedesSociales	Realizar una publicación sobre servicios.	6:00 p. m.	💎 ¡Contenido de Valor: ¡La Clave del Marketing Exitoso! 💎 En un mundo digital abrumado por información, el contenido de valor es la joya que brilla con fuerza. Pero, ¿qué significa realmente?
8	Contenido Educativo	Marketing de contenido	#Consejos #Educación	Comparte consejos o datos interesantes a mi nicho.	1:00 p. m.	Detrás de cada publicación y respuesta en redes sociales hay una pasión inquebrantable por construir comunidades y fortalecer conexiones digitales. mi día a día es una aventura digital que me desafía, me inspira y Me recuerda la importancia de las conexiones genuinas en un mundo cada vez más digitalizado. 🌐 💎
9	Publicación de Tema del Día	Marketing de contenido	#TemaDelDía #Actualidad	Relacionada de tendencia actual.	10:00 a. m.	🚀 Consejos para Potenciar tu Estrategia de Marketing 🚀 El mundo del marketing está en constante evolución, y es importante mantenerse al día con las últimas tendencias y estrategias para destacar en un mercado competitivo. Aquí te comparto algunos consejos clave que pueden ayudarte a impulsar tu estrategia de marketing

10	Publicación de Producto	Marketing de contenido	#ProductoDestacado #Oferta	Destacar otro producto o servicio clave.	7:00 a. m.	A través de historias auténticas, tu marca se convierte en algo más que un producto o servicio. Se convierte en una experiencia.
11	Interacción	Interacción	#Preguntas Frecuentes #Respuestas	Responder preguntas comunes de la audiencia.	7:00 a. m.	En el mundo del marketing, a menudo encontramos mitos y conceptos erróneos que pueden llevarnos por el camino equivocado. Aquí te ayudamos a separar la verdad de la ficción
12	Publicación de Historia	Marketing de contenido	#RedesSociales #PublicidadDigital #Experiencia	Compartir una tip o anécdota relevante del trabajo.	5:00 p. m.	🚀 ¡Descubre 5 Tips de Marketing para Impulsar tu Estrategia! 🚀 El mundo del marketing está en constante cambio, y es importante mantenerse al tanto de las mejores prácticas para lograr el éxito.

13	Flashback de Contenido	Marketing de contenido	#Recuerdos #Flashback	Reciclar y compartir una publicación popular anterior.	1:00 p. m.	 ¡Potencia tu presencia en línea con nuestros servicios de Marketing Digital!  Estoy comprometida en ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos de marketing de manera efectiva. Lista para trabajar contigo y crear estrategias personalizadas que impulsen tu presencia en línea y generen resultados tangibles. ¿Qué podemos hacer por ti? • Desarrollo de Estrategias de Contenido • Publicidad en Redes Sociales • Analítica y Seguimiento de Resultados Si eres una pequeña empresa o una corporación, nuestro enfoque está en ofrecer soluciones que se adaptan a tus necesidades específicas y presupuesto. ¡Eleva tu juego de marketing y déjanos ayudarte a destacar en el mercado!
14	Publicación	Marketing de contenido	#Colaboración #Socios #RedesSociales #PublicidadDigital	Destacar una colaboración con otra marca o influencer.	12:00 a. m.	

15	Oferta de servicio	Venta/promocional	#marketing #diseño	Publicación haciendo invitación al consumo de mis servicios	3:00 p. m.	📌 ¿Estás listo para llevar tus redes sociales al siguiente nivel? 🚀 Estamos aquí para ayudarte a impulsar tu presencia en línea y lograr resultados reales. ¿Qué ofrecemos? ☒ Estrategias de contenido efectivas ☒ Gestión profesional de redes sociales ☒ Incremento de seguidores y engagement ☒ Publicidad en redes sociales ☒ Analítica y seguimiento de resultados Ya sea que seas una pequeña empresa que recién comienza o una marca consolidada que busca un impulso adicional, personalizamos una estrategia que se adapta a tus necesidades y objetivos.
----	--------------------	-------------------	--------------------	---	------------	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Falcó, C. P. (2022). *Branward*. Obtenido de <https://branward.com/branderstand/posicionamiento-de-marca/>

REZZÓNICO, R. (01 de febrero de 2020). *MED Digital MKT*. Obtenido de <https://www.meddigitalmkt.com/comunicacion/>

KONTACTO - Tecnología, Marketing y Comunicaciones. (Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.kontacto.cl/contenidos/blog/que-es-un-calendario-de-contenidos>

ANEXOS



POTENCIA TU PRESENCIA

¿QUÉ PODEMOS HACER POR TI?

- Desarrollo de Estrategias de Contenido
- Publicidad en Redes Sociales
- Análisis y Seguimiento de Resultados

¡Eleva tu juego de marketing y déjanos ayudarte a destacar en el mercado!

Síguenos

CREA COPYS GANADORES PARA TU INSTAGRAM

Sigue estos consejos para lograrlo



- Conoce los hábitos de consumo de tu audiencia
- Habla de tú a tú
- Haz visualmente atractivos tus copys
- Captura su atención en las primeras líneas

La principal función de los caption o copys es contextualizar la imagen que estás publicando



Marketing Digital

Servicios

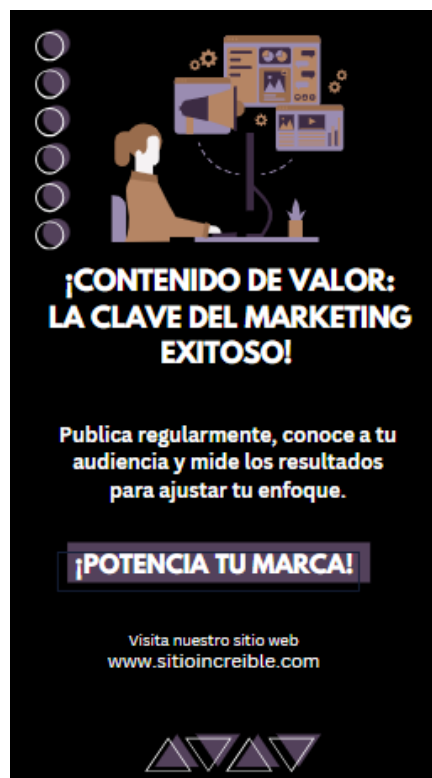
- Estrategia de Marketing Digital
- Gestión de Redes Sociales
- Market Research

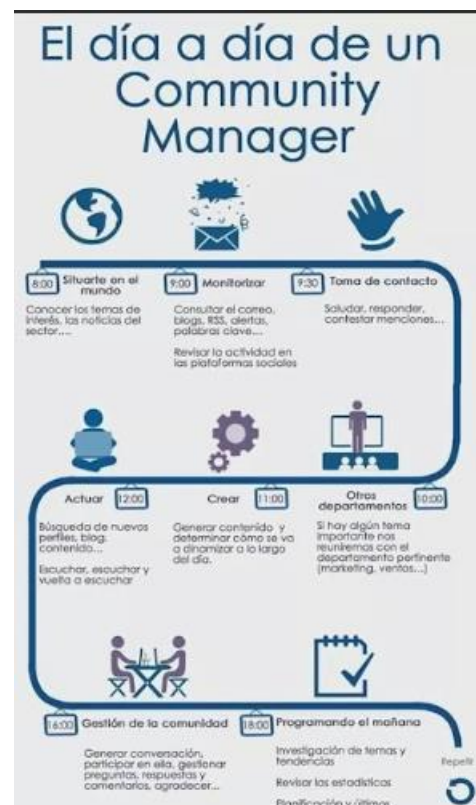
Añadir un comentario

SIGUEME

7575-8080

katherinramos@gmail.com





ARTES GRÁFICOS DE BUYER PERSONA



Dennis López

METAS

1. Construir una red sólida de contactos en la industria del marketing.
2. Publicar contenido relevante que muestre su experiencia y habilidades.

DESAFIOS

1. Competencia alta en el campo del marketing digital.
2. Falta de tiempo para crear y publicar contenido de calidad regularmente.
3. Mantenerse actualizado con los constantes cambios en el algoritmo de LinkedIn.

INFORMACIÓN PERSONAL

EDAD	28 años
SEXO	Hombre
PAÍS	Colombia
EDUCACIÓN	Licenciatura en Relaciones Públicas
OCUPACIÓN	Publicista
ESTADO CIVIL	Soltero

VALORES Y MOTIVACIONES

1. Innovación: Le gusta estar a la vanguardia de las últimas tendencias.
2. Crecimiento Profesional: Busca continuamente mejorar y avanzar en su carrera.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Blogs de marketing digital.
2. Webinars y cursos en línea.
3. Publicaciones y grupos de LinkedIn.



Natalia Hernández

METAS

1. Aumentar su visibilidad como coach de marketing.
2. Generar leads para su negocio de coaching.
3. Compartir su experiencia y ayudar a otros a crecer profesionalmente.

DESAFIOS

1. Crear contenido atractivo que resuene con su audiencia.
2. Convertir seguidores en clientes.
3. Manejar su tiempo entre coaching y creación de contenido.

INFORMACIÓN PERSONAL

EDAD	45 años
SEXO	Mujer
PAÍS	España
EDUCACIÓN	MBA en Marketing
OCUPACIÓN	Coach de Marketing
ESTADO CIVIL	Soltero

VALORES Y MOTIVACIONES

1. Crear contenido atractivo que resuene con su audiencia.
2. Convertir seguidores en clientes.
3. Manejar su tiempo entre coaching y creación de contenido.

Influencias y Fuentes de Información:

1. Libros y blogs de desarrollo profesional.
2. Cursos y talleres de coaching.
3. Publicaciones y grupos de LinkedIn.