

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



TÍTULO:

ESTRATEGÍA DE MARKETING DIGITAL PARA LA MARCA PERSONAL “MICHELLE
LÓPEZ”

PRESENTADO POR:

GUADALUPE MICHELLE CRUZ LÓPEZ

CARNET: CL18010

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIO DIGITALES Y
REDES SOCIALES PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
PERIODISMO

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR, FABIO CASTILLO FIGEROA, SAN SALVADOR, EL
SALVADOR, CENTROAMÉRICA, MARZO DE 2024

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

VICERRECTORA ACADÉMICA

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO 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 MARÍA BLAS CRUZ JURADO

VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

SECRETARIA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

JEFE INTERINO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Índice

Índice.....	4
Resumen.....	5
Introducción.....	6
Selección de plataformas.....	7
Situación de la marca personal.....	9
Información de la empresa.....	10
FODA.....	13
Análisis de la competencia.....	15
Buyer Persona.....	18
Objetivos.....	21
Canales digitales.....	22
Línea de contenido.....	24
KPI's a medir.....	25
Calendario de 15 días de publicaciones.....	26
Piezas gráficas para Instagram.....	27
Piezas gráficas para LinkedIn.....	31
Referencias bibliográficas.....	34

Resumen

En un mundo cada vez más conectado, la presencia en línea se ha vuelto esencial para individuos y empresas por igual. En este contexto, se establece la marca personal "Michelle López" en el ámbito de la creación de contenido y estrategia digital, explorando las oportunidades y desafíos en plataformas digitales como Instagram y LinkedIn. "Michelle López" ofrece una variedad de servicios, desde redacción de artículos para la web, marketing digital hasta gestión de redes sociales y contenido multimedia.

La marca parte del análisis FODA y la investigación de la competencia en plataformas como Instagram y LinkedIn, seleccionadas estratégicamente por su enfoque visual, interacción directa y profesionalismo. Con un público objetivo diverso que incluye emprendedores, profesionales independientes y organizaciones sin fines de lucro, la marca busca posicionarse y construir una comunidad en línea. Los objetivos específicos en esta etapa inicial incluyen aumentar seguidores y participación activa en ambas plataformas en un plazo de seis meses.

Palabras clave: marketing digital, estrategia digital, plataformas digitales y redes sociales.

Introducción

En un mundo cada vez más interconectado, la presencia en línea se ha convertido en un pilar fundamental tanto para individuos como para empresas. Plataformas como Instagram y LinkedIn han emergido como poderosas herramientas para establecer conexiones, compartir historias y promover habilidades y experiencias. En este contexto, surge la marca personal de Michelle López, una empresa que se embarca en el viaje de explorar el vasto océano digital. Su enfoque se centra en aprovechar el poder de la comunicación digital para guiar a personas y marcas a través de esta travesía digital.

La marca Michelle López ofrece una gama de servicios que abarcan desde redacción y estrategia digital hasta marketing, gestión de redes sociales y creación de contenido multimedia. Siendo una empresa en sus etapas iniciales, el objetivo primordial es facilitar a las personas y empresas la navegación por este vasto territorio digital, proporcionando soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.

Para continuar con el desarrollo de la marca se realizó un análisis FODA para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que “Michelle López” enfrenta en este entorno digital dinámico. Además, se desarrolló un análisis de la competencia en las plataformas de Instagram y LinkedIn para comprender mejor el contexto competitivo en el que se encuentra la marca.

Selección de plataformas

Instagram

¿Qué es? Es una red social fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger en 2010, y adquirida por Facebook en 2012, se destaca como una plataforma visual donde los usuarios comparten sus vidas a través de imágenes y vídeos.

La importancia de esta plataforma radica en que se ha convertido en un elemento esencial tanto para personas que desean compartir sus vidas como para empresas que buscan establecer conexiones con nuevos clientes, según el estratega digital, Guillem Recolons.

Instagram ha tenido un impacto en la sociedad, ha cambiado la forma en que nos comunicamos, en que aprendemos, en que nos relacionamos con el mundo que nos rodea. Además es una herramienta poderosa para el posicionamiento de la marca personal. Los usuarios pueden utilizar Instagram para compartir fotos y vídeos que los representen, según la creadora de contenido, Adriana Aguilar.

Instagram un aliado esencial para fortalecer tu marca personal, puedes mostrar tu lado más auténtico, a través de su función de historias y reels, te permite compartir tus pasiones, intereses y actividades, potencia tu relato personal, te permite comunicar tus valores y tu historia personal de manera efectiva a través de imágenes y videos. Asimismo, facilita la creación de una comunidad. La combinación de imágenes, hashtags, videos y transmisiones en vivo en Instagram acelera tu posicionamiento como experto en tu campo, según la creadora de contenido, Adriana Aguilar.

También, dirige tráfico a tu sitio web, Instagram ha habilitado enlaces en las historias y reels, lo que te permite redirigir a los usuarios a tu sitio web o proyecto.

Instagram es un aliado esencial para fortalecer tu marca personal, ya que alcanza nuevas audiencias, ya sea a través de la destacada función de Reels o mediante una estrategia efectiva de hashtags en tus publicaciones regulares. Las imágenes de alta calidad y los carruseles, que son secuencias de imágenes, generan una interacción excepcional con los seguidores.

La plataforma puede ser una herramienta útil para la búsqueda de trabajo o trabajo independiente. Los usuarios pueden utilizar Instagram para conectarse con empleadores potenciales, mostrar sus habilidades y experiencia, y construir una reputación, según el estrategia digital, Guillem Recolons.

Linkedin

¿Qué es? Es una red social profesional que permite a los usuarios conectarse con otros profesionales, encontrar trabajo y promocionar sus habilidades y experiencia. Fue fundada en 2002 por Reid Hoffman.

LinkedIn tiene más de 830 millones de miembros en todo el mundo, según Tefa Amortegui, creadora de contenido de SD Station. Los usuarios de LinkedIn provienen de una amplia gama de industrias y niveles de experiencia.

Su importancia radica en conectar con otros profesionales, encontrar trabajo, promocionar sus habilidades y experiencia. Los usuarios pueden utilizar LinkedIn para crear un perfil profesional que les represente. Pueden compartir su experiencia laboral, educación, habilidades y recomendaciones para destacar sus fortalezas y logros.

Es posible buscar perfiles clave y establecer conversaciones laborales que pueden abrir puertas en tu carrera. Una característica única de LinkedIn es la capacidad de saber quién ha visitado tu perfil y cuándo lo ha hecho.

Situación de la marca personal

Iniciar una marca personal en el ámbito digital es un viaje lleno de oportunidades y desafíos. Hace poco, decidí dar el paso y embarcarme en la creación de mi marca personal como Creadora de Contenido y Estratega Digital.

Mi razón principal para crear esta marca personal es la creencia en el poder de la comunicación digital. En un mundo cada vez más conectado, las historias, la información y la creatividad pueden llegar a todas partes.

En esta etapa inicial, mi enfoque principal es ofrecer servicios que ayuden a las personas y las marcas a navegar por el vasto océano digital. Mis servicios incluyen:

Redacción y Estrategia Digital: Creación de contenido que resuena y estrategias digitales efectivas para llegar al público adecuado.

Marketing Digital: Desarrollo de estrategias de marketing en línea para aumentar la visibilidad y el compromiso.

Gestión de Redes Sociales: Administración profesional de perfiles en redes sociales para una presencia sólida en línea.

Creación de Contenido Multimedia: Producción de contenido atractivo, desde videos hasta infografías.

Información de la empresa

Redacción: Creación de contenido que resuene con las búsquedas más recientes para web.

- 2 Artículos de contenido de valor
- 5 comunicados prensa

Precios

- Individual \$60.00
- Combo 1 y 2 \$80.00

Clientes: ONG'S, medianas empresas, iglesias y blogs.

Estrategia Digital: estrategias digitales para 1 mes para llegar al público adecuado y generar más interacciones.

- Realizamos un análisis exhaustivo de tu presencia en línea y tus objetivos comerciales. Luego, creamos un plan estratégico detallado que incluye tácticas específicas para mejorar tu visibilidad y alcance en línea.

Precios

- Los costos varían según el alcance del proyecto. Ofrecemos planes a medida para adaptarnos a tus necesidades y presupuesto.

Clientes: empresas de cualquier tamaño que deseen mejorar su presencia en

línea y aumentar su visibilidad en su industria.

Marketing digital: Estrategias digitales para 1 mes para llegar al público adecuado y generar más interacciones.

Realizamos una auditoría completa de tu estrategia de marketing en línea y ofrecemos recomendaciones específicas para mejorar tus resultados. Proporcionamos orientación paso a paso para implementar estas recomendaciones.

Precio: costo inicial \$250.00. Sin embargo, Los costos varían según el alcance del proyecto. Ofrecemos planes a medida para adaptarnos a tus necesidades y presupuesto.

Clientes: empresas de cualquier tamaño que deseen mejorar su presencia en línea y aumentar su visibilidad en su industria.

Gestión de redes sociales: administración profesional de perfiles en redes sociales para una presencia sólida en línea.

- Desarrollo de Estrategia
- Creación de contenido
- Programación de
- publicaciones
- Interacción con la audiencia
- Análisis de datos de RRSS
- Evaluación de la competencia
- Gestión de publicidad de paga (si es relevante)
- Monitorización de la marca
- Desarrollo de comunidades
- Investigación de mercado

Precio: costo inicial \$800. Sin embargo, Los costos varían según el alcance del proyecto. Ofrecemos planes a medida para adaptarnos a tus necesidades y presupuesto.

Clientes: Empresas de cualquier tamaño que deseen mejorar su presencia en línea y aumentar su visibilidad en su industria.

Creación de contenido: Producción de contenido atractivo, desde videos hasta infografías enfocado a contenido de valor y ventas.

Nuestro servicio de creación de contenido se centra en la generación de contenido visual de alta calidad que atraiga a tu audiencia. Creamos imágenes y videos creativos y atractivos para tus canales digitales.

Precio: Costo inicial por 1 vídeo de 10 minutos \$80 Costo por 5 piezas gráficas \$30.00 (Los costos pueden variar según el alcance del proyecto. Ofrecemos planes a medida para adaptarnos a tus necesidades y presupuesto).

Clientes: marcas, influencers y negocios que buscan mejorar su presencia en redes sociales y atraer a una audiencia comprometida.

FODA

Fortaleza:

1. Experiencia y Conocimiento: como creadora de contenido y estrategia digital, cuento con una sólida formación y experiencia en el mundo digital y las redes sociales.
2. Pasión y Creatividad: Tengo una pasión genuina por la creación de contenido de calidad y la capacidad de generar ideas creativas para atraer a la audiencia.
3. Diversidad de Servicios: Ofrezco una amplia gama de servicios, desde redacción y estrategia digital hasta marketing y gestión de redes sociales, lo que me permite adaptarme a las necesidades de diferentes clientes.

Oportunidades:

1. Demanda en Crecimiento: El marketing digital y la gestión de redes sociales son áreas en constante crecimiento con una creciente demanda de servicios.
2. Audiencia en Expansión: El alcance digital me permite llegar a una audiencia global y diversa.

Debilidades:

1. Competencia Feroz: El campo del marketing digital y la creación de contenido es altamente competitivo, lo que puede dificultar destacar entre la multitud.
2. Incertidumbre del Algoritmo: Las plataformas de redes sociales cambian constantemente sus algoritmos, lo que puede afectar la visibilidad del contenido

Amenazas:

1. Cambios en las Políticas de Plataformas: Las políticas de plataformas como Facebook e Instagram pueden cambiar, lo que podría afectar la estrategia de marketing.

2. Riesgo de Saturación del Mercado: El mercado de servicios digitales puede volverse saturado, lo que dificulta encontrar nuevos clientes.

Análisis de la competencia

Instagram

POWERMEDIA.SV: Esta agencia de marketing cuenta con una comunidad de 2,986 seguidores y ha compartido 26 publicaciones centradas en la creación de contenido. Su enfoque está especialmente diseñado para apoyar a creadores de contenido. Se vislumbra una oportunidad para generar ingresos a través de clases y, así, ampliar su base de clientes.

Sin embargo, el contenido es muy estático y no tiene contenido que muestre cercanía o humanización con los seguidores. Su variedad incluye reels, videos, carruseles e imágenes.

MUNDOCREATIVO.SV: Este creador de contenido digital presenta su trabajo de manera ordenada y detallada. Muestra las marcas con las que ha colaborado y su diversidad de contenido, que va desde fotografía de alimentos hasta la promoción de productos. Además, destaca su capacidad para crear reels y cubrir eventos con equipos de alta calidad.

Se especializa en desarrollar estrategias para medios digitales, lo que se traduce en un mayor alcance y ventas para sus clientes. También tiene experiencia en la producción de videos comerciales para diversas plataformas digitales y televisión, lo que agrega valor a las marcas.

En su perfil, muestra el equipo que utiliza para crear contenido de alta calidad y comparte un ejemplo fotográfico. Con más de 204 publicaciones, demuestra su experiencia y dedicación. Además, su perfil está bien optimizado y cuenta con un distintivo logo.

Una de sus destacadas publicaciones es un video que muestra cómo utiliza drones para cubrir producciones corporativas. Esta publicación recibió 113 me gustas en 39 semanas.

También ha colaborado con marcas en ocasiones especiales, como el Día de la Madre, presentando un giveaway con outfits, belleza y maquillaje. En esta colaboración con siete marcas, su publicación obtuvo 115 me gustas y se compartió el 3 de mayo de 2021.

CCBROS.SV: Este creador de contenido se ha presentado como el rostro de la marca junto a su compañera, ambos enfocados en el diseño de contenido. Han compartido su trabajo y personalidad en sus publicaciones. Una de las publicaciones destacadas es donde mencionan el servicio de grabación con dron, la cual ha recibido 51 likes y detallan los servicios que ofrecen. La segunda publicación es un video humorístico que ha obtenido 133 likes y tres comentarios.

Este creador de contenido se ha presentado como el rostro de la marca junto a su compañera, ambos enfocados en el diseño de contenido. Han compartido su trabajo y personalidad en sus publicaciones. Una de las publicaciones destacadas es donde mencionan el servicio de grabación con dron, la cual ha recibido 51 likes y detallan los servicios que ofrecen. La segunda publicación es un video humorístico que ha obtenido 133 likes y tres comentarios.

IMPULSA.SV: Esta agencia de marketing digital comparte contenido ingenioso, como la promoción de "Donas gratis", una estrategia que captura la atención. Luego, recuerdan sus servicios de gestión de redes sociales. El perfil se enfoca en educar a otros creadores sobre temas como calidad de contenido, emprendimiento y marketing digital. También ofrecen servicios de desarrollo web, diseño gráfico y fotografía. Las siete publicaciones mantienen una paleta de colores consistente: blanco y azul.

LinkedIn

William Mónico: es un estratega digital. En sus publicaciones, comparte más de 50 ofertas de trabajo y proporciona información sobre actividades laborales y pasantías. Su última publicación se centra en la identificación de la identidad de la marca, estableciendo reglas en diversos formatos como conversaciones, digitales, impresos, audiovisuales, entre otros.

Daniel Leiva: es un locutor de radio y televisión, así como creador de contenido web centrado en tecnología. Es graduado técnico en multimedia de la Universidad Don Bosco. Su perfil podría ser mejor optimizado. Sus publicaciones se centran en su labor como periodista y los proyectos que ha llevado a cabo.

Iván Nieto: es un comunicador digital y creador de contenido. Posee una licenciatura en Comunicaciones con especialización en publicidad. Su perfil no está completamente optimizado y no ha realizado publicaciones recientes, la última fue un pensamiento personal hace tres meses.

Iván Bustillo Cruz: es un creador de contenido digital. Afirma haber formado una comunidad en línea de más de 2 millones de personas. Aunque su perfil está bien detallado en cuanto a sus experiencias laborales, carece de foto de perfil y de portada. Sin embargo, no ha compartido ninguna publicación hasta el momento.

Buyer Persona



María Rodríguez

Género: Femenino
Edad: 32 años
Estado Civil: Casada
Hijos: 2 hijos
Cargo: Gerente de Marketing en GRUPO EMMI
Lugar de Residencia: San Salvador, El Salvador
Tipo de Educación: Licenciatura en Mercadotecnia
Ingresos: \$1,500 mensuales

Motivos Personales: Busca oportunidades para crecer profesionalmente y brindar una mejor calidad de vida a su familia.
Intereses y Hobbies: Viajar, leer sobre marketing digital y pasar tiempo con su familia.

Sinopsis: María es una profesional ambiciosa y dedicada que busca soluciones efectivas para el marketing de GRUPO EMMI.
Objetivos: Aumentar la visibilidad de GRUPO EMMI en línea y mejorar las estrategias de marketing.
Metas y Retos: Aumentar en un 20% las conversiones en línea en el próximo año.
Productos o Servicios: Servicios de marketing digital para empresas.
Impresiones Negativas: No le gusta la falta de transparencia en algunas agencias de marketing.



Carlos López

Género: Masculino
Edad: 40 años
Estado Civil: Soltero
Hijos: Sin hijos
Cargo: Dueño de Veterinaria los Héroes
Lugar de Residencia: Santa Tecla, El Salvador
Tipo de Educación: Doctor en Veterinaria
Ingresos: \$45,000 anuales

Motivos Personales: Su amor por los animales y su deseo de brindarles la mejor atención médica posible.
Intereses y Hobbies: Rescate de animales, senderismo y ciclismo.

Sinopsis: Carlos es un veterinario apasionado que trabaja en Veterinaria los Héroes, una clínica que se especializa en el cuidado de mascotas.
Objetivos: Desea compartir contenido relacionado a la salud y el bienestar de las mascotas de sus clientes.
Metas y Retos: Incrementar en un 50% las interacciones de sus clientes en redes sociales.
Productos o Servicios: Requiere un gestor de redes sociales para generar cercanía con sus clientes.
Impresiones Negativas: Considera que los gestores de RRSS no son los ideales para conectar con sus clientes comunidad.





María Rodríguez

- Género: Femenino
- Edad: 50 años
- Estado Civil: Casada
- Hijos: 3 hijos
- Cargo: Gerente de Banca Empresarial en Banco Agrícola
- Lugar de Residencia: San Salvador, El Salvador
- Tipo de Educación: MBA en Finanzas
- Ingresos: \$100,000 anuales

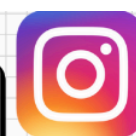
Motivos Personales: Busca oportunidades para crecer profesionalmente y brindar una mejor calidad de vida a su familia.
Intereses y Hobbies: Viajar, leer sobre marketing digital y pasar tiempo con su familia.

Objetivos: Crecer la cartera de clientes empresariales y mejorar la rentabilidad de la división a través de servicios digitales.

Metas y Retos: Aumentar en un 30% la cartera de clientes en el próximo año.

Productos o Servicios: Servicios bancarios para empresas a través de plataformas digitales (E-banca) para ello necesita marketing digital.

Impresiones Negativas: Le preocupa la complejidad de algunos procesos bancarios.



Ana Rodríguez

- Género: Femenino
- Edad: 28 años
- Estado Civil: Soltero
- Hijos: Sin hijos
- Cargo: Creador de Contenido en AndresTV.com
- Lugar de Residencia: Ciudad de México, México
- Tipo de Educación: Licenciatura en Comunicación
- Ingresos: \$35,000 anuales

Motivos Personales: Compartir contenido creativo y entretenido con su audiencia y crecer en el mundo del contenido digital.
Intereses y Hobbies: Producción de videos, viajar y explorar nuevas tendencias en contenido.

Sinopsis: Ana es un creadora de contenido apasionado que dirige su propio canal en línea, AnaTV.com.

Objetivos: Aumentar la base de seguidores y mejorar la calidad del contenido.

Metas y Retos: Alcanzar 5 mil de seguidores en sus redes sociales en el próximo año.

Productos o Servicios: Contenido de entretenimiento en línea.

Impresiones Negativas: Le preocupa la competencia en constante aumento en el mundo del contenido digital.



Alejandra Pérez



- Género: Femenino
- Edad: 35 años
- Estado Civil: Casada
- Hijos: 2 hijos
- Cargo: Directora Ejecutiva en Alejendrias (organización sin fines de lucro LGTBI)
- Lugar de Residencia: Buenos Aires, Argentina
- Tipo de Educación: Maestría en Trabajo Social
- Ingresos: \$10,000 anuales (salario de la organización)

Motivos Personales: Luchar por la igualdad y los derechos de la comunidad LGTBI.

Intereses y Hobbies: Activismo, arte y música.

Sinopsis: Ana es un creadora de contenido apasionado que dirige su propio canal en línea, AnaTV.com.

Objetivos: Aumentar la base de seguidores y mejorar la calidad del contenido.

Metas y Retos: Alcanzar 5 mil de seguidores en sus redes sociales en el próximo año.

Productos o Servicios: Contenido de entretenimiento en línea.

Impresiones Negativas: Le preocupa la competencia en constante aumento en el mundo del contenido digital.



Alejandra Pérez



- Género: Femenino
- Edad: 32 años
- Estado Civil: Soltera
- Hijos: Sin hijos
- Cargo: Coordinadora de Comunicaciones
- Lugar de Residencia: San Salvador, El Salvador
- Tipo de Educación: Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas
- Ingresos: \$1,200 mensuales

Motivos Personales: Busca concientizar a la sociedad sobre la importancia de tratar a los animales con dignidad y respeto.

Intereses y Hobbies: Amante de los animales, disfruta de la lectura sobre temáticas de bienestar animal.

Sinopsis: Marta es una comunicadora comprometida con la causa del bienestar animal.

Objetivos:

Generar empatía y conciencia en la sociedad sobre el trato adecuado hacia los animales.

Fomentar la adopción de animales y promover prácticas responsables de tenencia.

Metas y Retos:

- Incrementar el número de seguidores en las redes sociales del IBA en un 30% en los próximos seis meses.

Productos o Servicios:

- Publicación de contenido educativo sobre cuidado y bienestar animal en redes sociales y el sitio web del IBA.
- Promoción de políticas y leyes a favor del bienestar animal.
- **Impresiones Negativas:**
 - Puede sentir frustración cuando se enfrenta a la indiferencia o falta de conciencia sobre el bienestar animal en la sociedad.
 - Le preocupa la falta de recursos para llevar a cabo campañas y proyectos de concientización de manera efectiva.

Objetivos

General: Posicionar la marca de Michelle López como estrategia digital en Instagram y LinkedIn en el tiempo de 6 meses.

Específicos:

- Dar a conocer los servicios que ofrece la marca Michelle López
- Aparecer en los resultados de búsqueda orgánica en los próximos seis meses.

General: Construir una comunidad en línea en el tiempo de seis meses.

Específicos:

- Aumentar el número de seguidores en Instagram y LinkedIn en un 20% durante el próximo semestre.
- Obtener una participación activa del 10% del número de seguidores en Instagram y LinkedIn durante el próximo semestre.

Canales digitales

Michelle López es una marca de servicios de creación de contenido y estrategia digital que ha seleccionado LinkedIn e Instagram para darse a conocer.

Razones para seleccionar LinkedIn:

1. Enfoque Profesional: LinkedIn es una red social diseñada específicamente para profesionales y empresas. Es el lugar ideal para llegar a PYMES, emprendedores, profesionales independientes y responsables de marketing que buscan mejorar su presencia en línea.
2. Énfasis en Networking: LinkedIn se centra en establecer conexiones profesionales y relaciones de networking.
3. Contenido de Valor Profesional: La plataforma permite compartir contenido relacionado con el ámbito laboral, lo que es valioso para aquellos que buscan orientación en marketing, estrategias digitales y desarrollo de contenido.
4. Búsqueda de Empleo y Servicios Profesionales: Muchos profesionales y pequeñas empresas utilizan LinkedIn para buscar servicios de calidad y profesionales independientes para proyectos específicos.

Público Objetivo en LinkedIn:

- Emprendedores
- Profesionales Independientes
- Startups

Razones para seleccionar Instagram:

1. Enfoque visual y creativo: Instagram es una plataforma altamente visual y creativa, para destacar el contenido de calidad producido por un creador de contenido y estrategia digital.
2. Atractivo para empresas de diferentes tamaños: Es una plataforma versátil que atrae tanto a PYMES como a grandes empresas, lo que la convierte en una excelente opción para llegar a un público diverso.
3. Historias y contenido en tiempo real: Instagram Stories permite compartir contenido en tiempo real, lo que es beneficioso para mostrar el proceso creativo y proporcionar consejos prácticos.
4. Interacción directa con los seguidores: Instagram facilita la comunicación directa con la audiencia a través de comentarios y mensajes directos, lo que es valioso para comprender mejor las necesidades y deseos de los seguidores.

Público objetivo en Instagram:

- Dueños de Sitios Web o Blogs
- Organizaciones sin Fines de Lucro
- Individuos que buscan Rebranding Persona
- Empresas que requieran de mkt

Línea de contenido

Contenido sobre servicios y ventas	Marketing de contenido	Casos de éxito	Interacción
Explicar los servicios de estrategia digital	Proporcionar soluciones específicas para desafíos comunes en marketing digital	Mostrar empresas con éxito en marketing digital	Preguntas de problemas
Detallar la funcionalidad de la creación de contenido	Proporcionar soluciones específicas para desafíos comunes en gestión de contenido	Mostrar emprendimientos con éxito en línea	Sondeo de opinión
Mostrar el valor que aportará para empresas y organizaciones sin fines de lucro	Ofrecer consejos prácticos para mejorar la visibilidad en línea	Breves detalles de cómo llegó el éxito a empresas por marketing de contenido	Preguntas se sugerencias
Promociones	Ofrecer consejos prácticos para llegar a una audiencia más amplia.	Casos de implementación exitosa de estrategia digital	Preguntas para la comunidad en general
Sorteos	Beneficios de marketing digital	Casos de implementación exitosa de marketing digital	Preguntas de expectativas

KPI's a medir

Objetivo: Posicionar la marca de Michelle López como estrategia digital en Instagram y LinkedIn en el tiempo de 6 meses.

- Dar a conocer los servicios que ofrece la marca Michelle López
 - **KPI'S:** Tasa de crecimiento de seguidores en Instagram y LinkedIn
- Aparecer en los resultados de búsqueda orgánica en los próximos seis meses.
 - **KPI'S:** Posicionamiento en los resultados de búsqueda orgánica

Objetivo: Construir una comunidad en línea en el tiempo de seis meses.

- Aumentar el número de seguidores en Instagram y LinkedIn en un 20% durante el próximo semestre.
 - **KPI'S:** Crecimiento de seguidores en Instagram y LinkedIn
- Obtener una participación activa del 10% del número de seguidores en Instagram y LinkedIn durante el próximo semestre.
 - **KPI'S:** Tasa de interacción en publicaciones

Calendario de 15 días de publicaciones

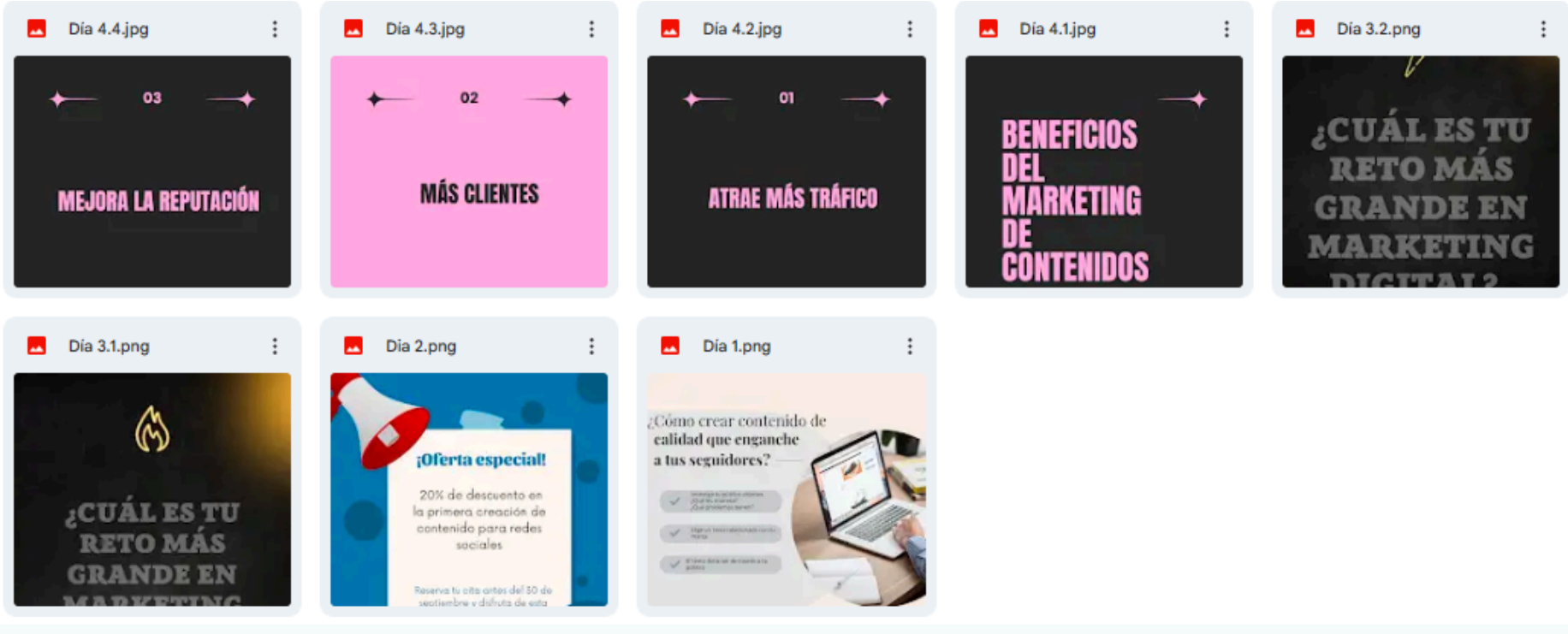
Instagram

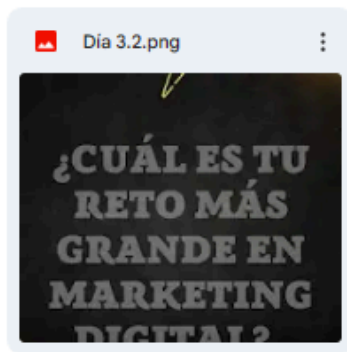
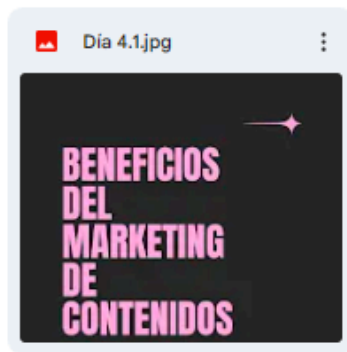
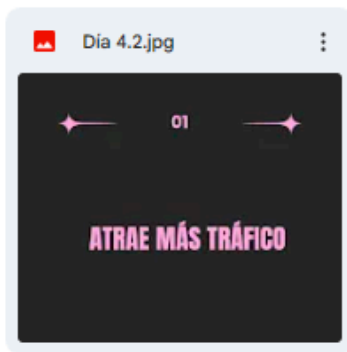
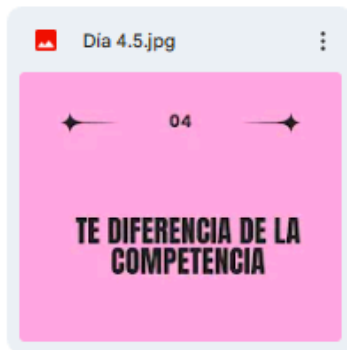
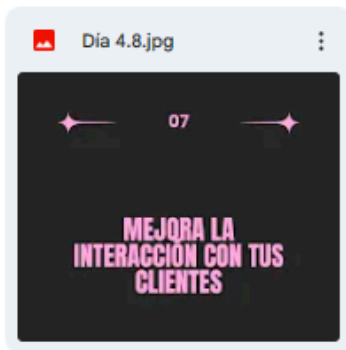
Calendarización del 24 de septiembre al 8 de octubre			
Fecha	Hora	Tipo de contenido	Pieza gráfica
24 de sept	10:00 a. m.	Contenido de valor	D1
25 de sept	10:00 a. m.	Venta	D2
26 de sept	10:00 a. m.	Interacción	D3
27 de sept	10:00 a. m.	Contenido de valor	D4
28 de sept	10:00 a. m.	Contenido de valor	D5
29 de sept	10:00 a. m.	Contenido de valor	D6
30 de sept	10:00 a. m.	Interacción	D7
01 de oct	10:00 a. m.	Interacción	D8
2 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D9
3 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D10
4 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D11
5 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D12
6 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D13
7 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D14
8 de oct	10:00 a. m.	Contenido de valor	D15

LinkedIn

Calendarización del 24 de septiembre al 8 de octubre			
Fecha	Hora	Tipo de contenido	Pieza gráfica
24 de sept	11:00 a. m.	Contenido de valor	D1
25 de sept	11:00 a. m.	Contenido de valor	D2
26 de sept	11:00 a. m.	Contenido de valor	D3
27 de sept	11:00 a. m.	Contenido de valor	D4
28 de sept	11:00 a. m.	Ventas	D5
29 de sept	11:00 a. m.	Interacción	D6
30 de sept	11:00 a. m.	Contenido de valor	D7
01 de oct	11:00 a. m.	Interacción	D8
2 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D9
3 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D10
4 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D11
5 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D12
6 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D13
7 de oct	11:00 a. m.	Contenido de valor	D14
8 de oct	11:00 a. m.	Interacción	D15

Piezas gráficas para Instagram





Día 12.png

LOS 3 NO HAGO EN MARKETING DIGITAL

- ✓ No definir tus buyer personas y no conocer sus problemas
- ✓ No querer insertar
- ✓ No analizar las métricas correctas

Día 11.4.png

Puedes retocar la luz y colores de tus fotos con opciones avanzadas.

Día 11.3.png

Te permite elegir entre diversas dimensiones de contenido para redes sociales.

Día 11.2.png

Es intuitiva, fácil de usar y te da una batería de funcionalidades que permiten crear historias, posts cuadrados, portadas, videos, reels, etc.

Día 11.1.png

3 HERRAMIENTAS PARA CREAR contenido en redes sociales

- ✓ CANVA
- ✓ CRELLO
- ✓ DODRE LIGHTROOM

Día 10.png

La transformación digital no es solo para las grandes corporaciones.

Descubre cómo las PYME pueden prosperar en línea.

- 1 Implementa Estrategia de Marketing de Contenidos
- 2 Utiliza el marketing de redes sociales
- 3 Crea y vigila KPIs

Día 9.png

Amazon una empresa que aumento sus ventas gracias al marketing digital.

En los últimos años, la empresa ha realizado importantes campañas para impulsar la demanda de su plataforma en línea. Esto se ha logrado a través de estrategias de marketing digital como la optimización en motores de búsqueda, el retargeting y una sólida presencia en línea. Estos procesos han sido fundamentales para su rápido crecimiento y su posición de liderazgo en la industria.

Día 8.png

¿QUE TE HA PARECIDO NUESTRO CONTENIDO?

Enviar mensaje

Día 7.png

RECORDATORIO

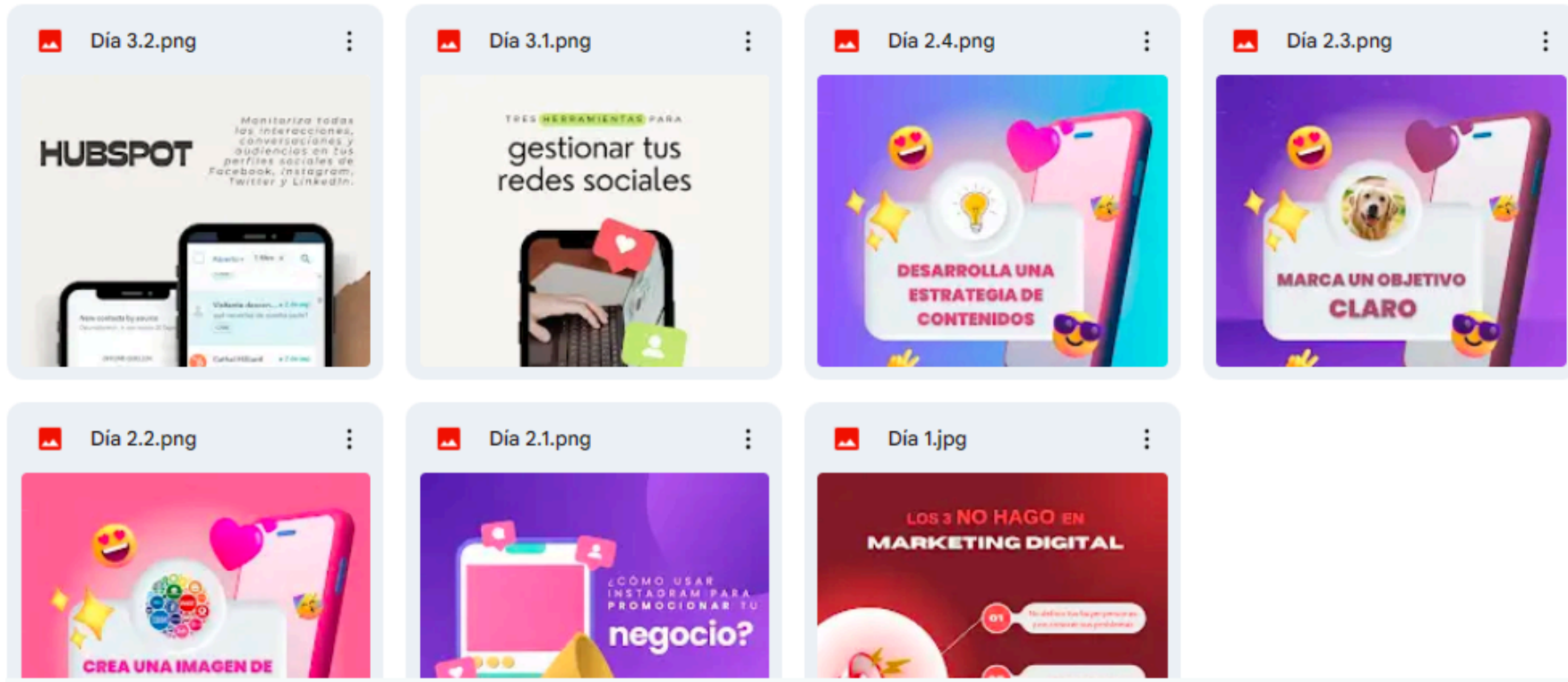
Día 6.png

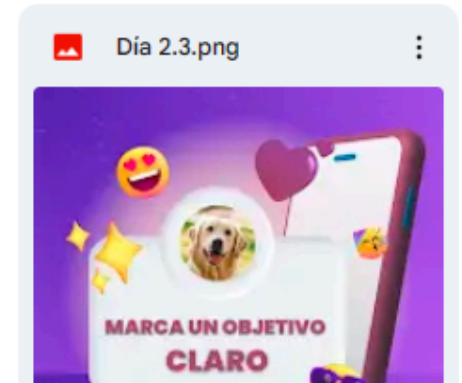
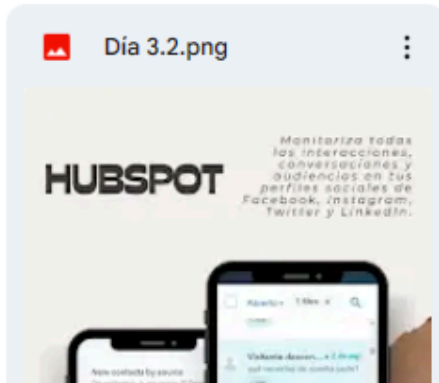
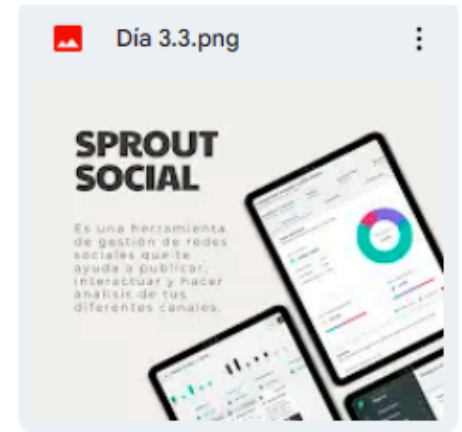
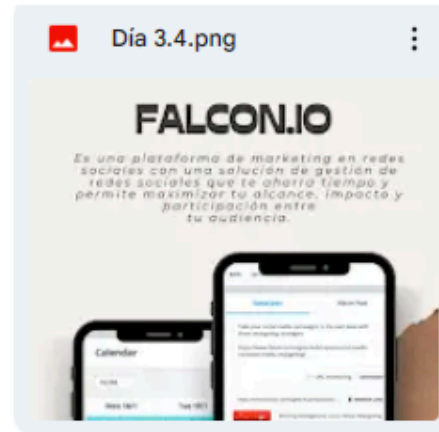
BENEFICIOS DEL EMAIL MARKETING PARA TU EMPRESA

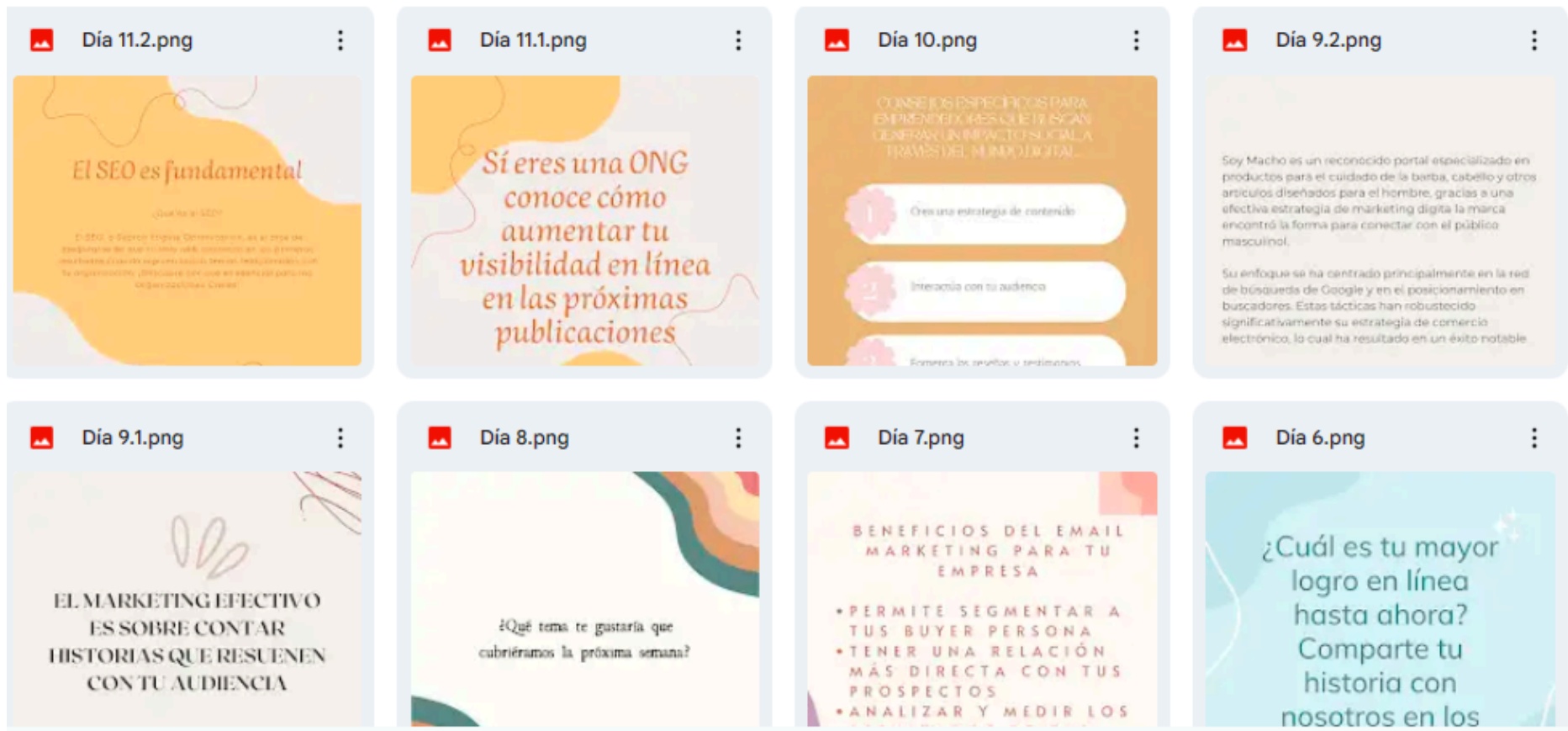
- ✓ Puede segmentar a los buyer personas
- ✓ Tener una relación más directa con tus prospectos
- ✓ Analizar y medir los resultados de tus campañas



Piezas gráficas para LinkedIn







Referencias bibliográficas

Amortegui, T. (31 de octubre de 2022). LinkedIn: para qué sirve y cómo aprovecharlo al máximo recuperado de <https://www.rdstation.com/blog/es/linkedin-para-que-sirve/>

Cleantous, A. (2016, 22 de marzo). Kayla Itsines' Online Marketing Strategy. Recuperado de https://www.growthmanifesto.com/case-study-kayla-itsines?fb_comment_id=867304850045857_867867006656308

Conexión ESAN. (2015, 8 de julio). 10 Grandes Beneficios del Marketing de Contenidos. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/10-grandes-beneficios-marketing-contenidos>

CristinaEstrad. (2016, 16 de septiembre). Cómo utilizar Instagram para promocionar tu negocio. Redbooth Hub. Recuperado de <https://redbooth.com/hub/es/como-utilizar-instagram-para-promocionar-tu-negocio/>

Duro Limia, S. (Fecha de publicación no disponible). ¿Qué es LinkedIn y para qué sirve? Recuperado de <https://webescuela.com/que-es-linkedin-para-que-sirve/#:~:text=LinkedIn%20es%20una%20red%20social,e%20interactuar%20con%20otros%20profesionales>

Equipo Trenta. (2023, 7 de junio). Cómo emprender un negocio a través de las redes sociales. Blog de Trenta. Recuperado de <https://www.trenta.co/blog/como-emprender-un-negocio-a-traves-de-las-redes-sociales>

INDEXCOL. (s.f.). 5 Errores comunes en el marketing digital. Blog de INDEXCOL. Recuperado de

<https://www.indexcol.com/blog/transformacion-digital/5-errores-comunes-en-el-marketing-digital-%EF%BF%BC/>

Luzzi, P. (no se sabe). 5 Herramientas gratuitas para crear contenido. Luzzi Digital.

<https://www.luzzidigital.com/5-herramientas-gratuitas-para-crear-contenido/>

Mendoza Castro, R. (2020, 29 de diciembre). SEO para ONGs. Blog de SEMrush.

Recuperado de <https://es.semrush.com/blog/seo-para-ongs/>

Mota, A. (2023, 5 de septiembre). Aprovechando el Poder del Storytelling en tu Estrategia de Marketing Digital. SignosCV. Recuperado de <https://signoscv.com/storytelling/>

Rodriguez, I. (2020, 3 de junio). Empresas que crecieron gracias al marketing digital. Blog de Kreativoz. <https://www.kreativoz.com.mx/blog/empresas-crecieron-gracias-marketing-digital>

Recolons, G. (2022, 18 de agosto). Instagram como impulso de tu marca personal.

Recuperado de <https://guillemrecolons.com/instagram/>

Rock Content. (2022, 18 de mayo). Cómo utilizar Instagram para tu estrategia de marketing digital. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/instagram/>

Terreros, D. (2022, 3 de febrero). Los mejores gestores de redes sociales. Blog de HubSpot.

Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/mejores-gestores-redes-sociales>