UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DE MARCA PERSONAL DE: KATHERIN MENJIVAR

PRESENTADO POR:	**CARNÉ:**
JEIMY CAROLINA MORÁN MARTÍNEZ	(MM19182)

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

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

VICERRECTORA ACADÉMICA

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 AMILCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

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

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

ÍNDICE

RESUMEN 6
INTRODUCCIÓN 7
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN 8
LOGO DE LA MARCA 9
ANÁLISIS FODA 12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA 14
DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS 22
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO 23
SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES 27
PLAN DE CONTENIDO 28
ESTRATEGIA SEO 29
MEDICIÓN Y ANÁLISIS 30
CALENDARIO DE CONTENIDOS 31

RESUMEN

El trabajo presentado a continuación muestra el proceso de creación y posicionamiento de la marca personal Katherin Menjivar. Aplicando los pasos de la creación de una estrategia digital para posicionarla en las redes sociales Instagram y LinkedIn, incluyendo un análisis de la situación para conocer la historia de la marca, un análisis de la competencia que permite conocer los retos a enfrentar y la forma de trabajar. Al crear la estrategia basada en los puntos clave de acción, determinará que la marca sea posicionada como referente de su público objetivo dentro de las redes sociales, de allí la importancia de los Buyers Persona, la definición y medición de los objetivos detallados dentro del trabajo y la selección de las redes sociales. Además, se incluye los pilares del plan de contenidos, la estrategia SEO que permitirá posicionarse en los motores de búsqueda y un detallado calendario de contenidos que incluye publicaciones para ambas redes, con sus copies, horario y pilar de contenido.

Palabras Clave: Buyers Persona, KPI, Marca, Marketing Digital, Contenido, Posicionamiento, Redes Sociales, SEO.

INTRODUCCIÓN

Una estrategia de marketing digital es un plan integral que define como una marca personal utilizará los canales digitales para alcanzar sus objetivos de negocio o marketing.

Ante esto, el presente trabajo contiene la estrategia digital de la marca personal Katherin Menjívar, creadora de contenido audiovisual, en la que se define las pautas y calendario de publicaciones a seguir en las redes sociales Instagram y LinkedIn, iniciando con el análisis de la situación, su información general, FODA, competencias, objetivos, identificación del público objetivo, selección de los canales digitales, medición de KPI, estrategia SEO y calendarización.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

- **Descripción de la marca**

La marca personal Katherin Menjívar Creadora Digital, ofrece el servicio de creación de contenido digital, creación y edición de videos para RR.SS. Está empezando desde cero, con el objetivo de posicionarse en las redes sociales Instagram y LinkedIn para llegar a más clientes. Existen muchos retos para gestionar y posicionar correctamente la marca, entre ellos la buena competencia con material de calidad en el mercado, por lo que una buena estrategia digital es indispensable para la marca, que incluirá un estudios y monitoreos exhaustivos de dicha competencia. Nos enfrentamos con páginas de persona muy capacitadas, con gran número de seguidores, y con experiencia en la creación de contenidos, la tarea sería trabajar en ganar seguidores y llegar al público objetivo de la marca.

- **Información General**

La marca personal Katherin Menjívar Creadora Digital, surge a lo largo de cursar la Licenciatura en Periodismo y de los trabajos donde se realizaban y editaban videos, es una rama en la que se vio mucho potencial y se destacaron las habilidades necesarias para crear este tipo de contenido. Los servicios que ofrece la marca son creación y edición de videos y contenido digital. Con habilidades como la creatividad, buen manejo de cámaras de video, manejo de programas de edición y redes sociales.

Beneficios al trabajar con la marca: mejor creatividad a la hora de elaborar contenido de valor, compromiso con el trabajo, trabajo en equipo, buena comunicación con los clientes.

LOGO DE LA MARCA

Redes Sociales

INSTAGRAM

Katherin Menjivar

LinkedIn

Katherin Menjivar

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Excelente creatividad en elaboración de videos que diferencia de la competencia.
- El equipo de video que posee para realizar todo el trabajo es de alta calidad.
- Buena comunicación con los clientes, se apega a los gustos del cliente y se hace lo que pide.
- Trabaja con los mejores programas de edición de video, dónde la creatividad es la clave.
- Esta al día con las tendencias en redes sociales para crear contenido siguiendo lo más nuevo.

Oportunidades

- Los clientes están buscando a jóvenes con nuevas ideas para sacarle provecho a las redes sociales.
- Somos los únicos en elaboración de contenido digital en poseer una licenciatura en Periodismo.
- Los clientes también buscan llamar la atención del público a través de sus copies, se conoce la redacción SEO y eso es una gran oportunidad para la marca.
- Los clientes esperan un servicio completo, grabación de video, edición y realización de copy, calendario para publicaciones, no a medias.
- Cuenta con todo el material necesario para movilizarse a cualquier lugar que los clientes deseen. No se limita a trabajar en espacios cerrados.

Debilidades

- Al tener mucha demanda se trabaja bajo presión y eso afecta los resultados.
- No acertar con el tiempo de edición y entrega de trabajos.
- Poco conocimiento del trabajo en las redes sociales.
- No haber logrado posicionar la marca con empresas grandes.
- Poco presupuesto para la producción.

Amenazas

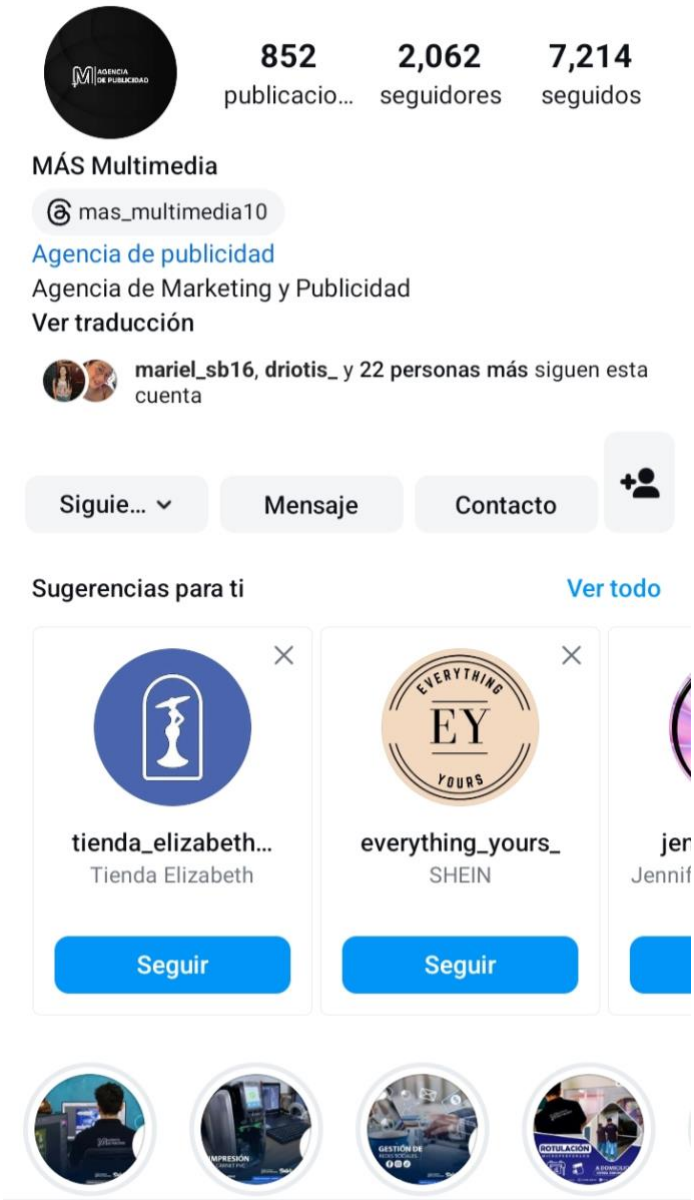
- Fuerte competencia en el área audiovisual en el
- país.
- Saturación profesional en el sector.
- Pocas opciones a la hora de comprar equipo de
- grabación en el país.
- Los precios elevados del equipo de grabación.
- Vivir en un sector con poca demanda audiovisual

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competencia Instagram	Link Instagram	Competencia LinkedIn	Link LinkedIn
MÁS MULTIMEDIA	MÁS Multimedia (@mas_multimedia10) • Fotos y videos de Instagram	Alejandra Figueroa	https://www.linkedin.com/in/alejandra-figueroa-763967191?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=android_app
XPOT	Xpot (@xpotsv) • Fotos y videos de Instagram	Ronald Blandón	https://www.linkedin.com/authwall?trk=bf&trkInfo=AQGUH_tw8-vZmQAAAZMTYGYoNZdrQ_oSwSKgtYg0oNjNFWEGiy4vhRgerHm3fEIwy1UZZ_afs-sjnqoiiodsFTPqX1oxA9OKqGKMWgX9cq8AQwZONEfulf-Kdn-c5VZnxesl6gE=&originalReferer=&sessionRedirect=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fin%2Fronald-bland%25C3%25B3n-7b3122b0%3Futm_source%3Dshare%26ut

			m_campaign%3Dshare_via%26utm_content%3Dprofile%26utm_medium%3Dandroid_app
KSTUDIOSV	KStudio® Fotografía y video El Salvador (@kstudiosv) • Fotos y videos de Instagram	Valeria Herrera	https://www.linkedin.com/authwall?trk=bf&trkInfo=AQF6qLPb3Ni6MwAAAZMTYapgh8QOWKn6MxVuHwfkePzNHZYo-s5R8sMvg4q7mFedyGkm35noX8dkyU2iIdp8R48tMHm0kaVu2c16vkxo0xCJEB8tFijwCtZADY8ITZjzxbATwGw=&original_referer=&sessionRedirect=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fin%2Fvaleria-herrera-937b09146%3Futm_source%3Dshare%26utm_campaign%3Dshare_via%26utm_content%3Dprofile%26utm_medium%3Dandroid_app

- **Competencia Instagram**

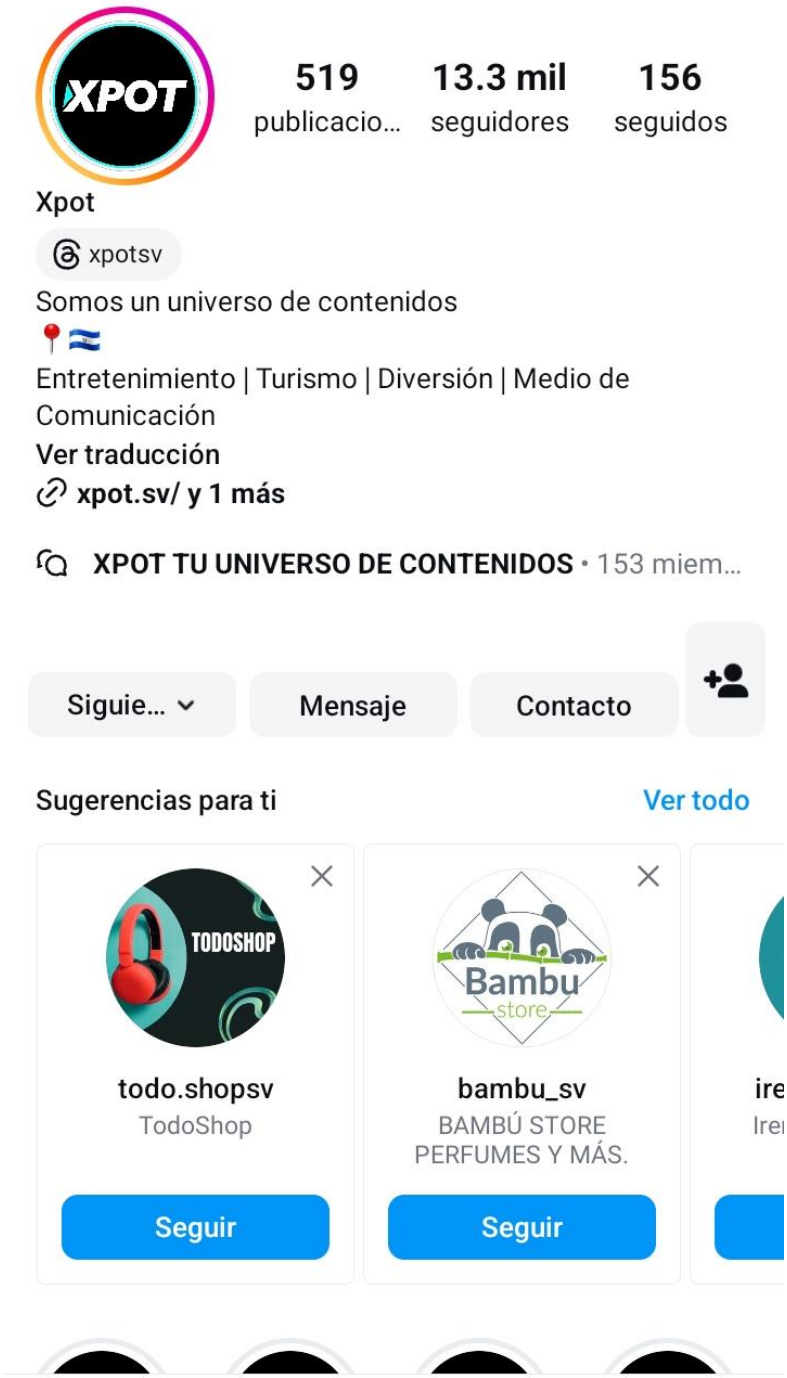


MÁS MULTIMEDIA

Es un emprendimiento de jóvenes que crean contenido para redes sociales, usan Facebook e Instagram para llegar a su público, ofrecen videos y fotografías de eventos, contenido publicitario como reels, carrusel, single post, historias, en vivos. En sus páginas publican con regularidad cada semana y varían su contenido con videos, post, piezas gráficas, fotografías. En esta publicación ofrecen sus servicios de manera creativa, con una pieza gráfica, pero tiene pocas reacciones.

KSTUDIOSV

Son productores de contenido digital que trabaja con muchas marcas, entre sus servicios están producción de videos, potenciar marca personal, fotos corporativas, fotografía artística. Tiene un perfil de Instagram muy profesional y su trabajo es impecable, sus copies los enfocan a vender sus servicios.



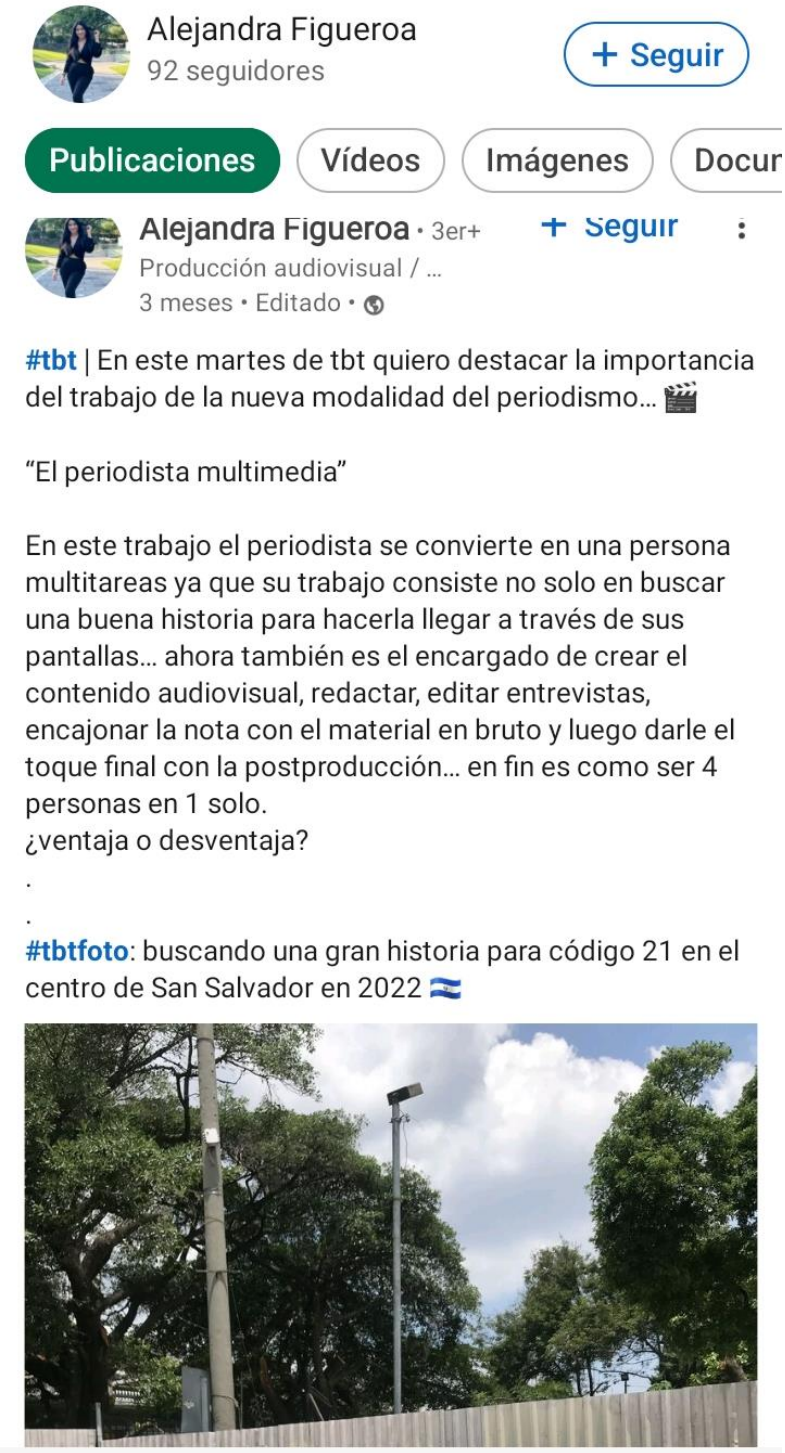
XPOT

Son creadores de contenido de calidad, sus publicaciones son realmente buenas, aunque les falta potenciar sus copies para que sean contenido de valor. Sus publicaciones tienen bastantes vistas y hacen post con regularidad. Algunas publicaciones son contenido realizado a otras marcas, donde le dan visibilidad a su trabajo.

- **Competencia LinkedIn**

Ronald Blandón

Experto en producción audiovisual, crea contenido que llega muchas personas. En su perfil tiene 440 contactos interesados en su contenido.



Alejandra Figueroa

Trabaja en Producción Audiovisual, no publica con regularidad, pero hace un buen trabajo en la producción. En sus publicaciones anteriores muestra el trabajo que realiza como productora y como periodista.

Valeria Herrera

Ella es Licenciada en Comunicación Social, con diplomados en producción audiovisual, con gran formación académica, lo que lleva a potenciar su marca y ser competencia para alguien que acaba de iniciar con su marca personal.

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

- Aumentar el número de seguidores en un 10% cada mes.
- Conseguir 10 suscriptores en 3 días.
- Incrementar las ventas del servicio en un 10% utilizando las estrategias de marketing de contenidos, redacción SEO y las tendencias de redes sociales para llegar al público objetivos
- Aumentar el número de publicaciones a 5 post a la semana, más una historia diaria.
- Lograr un aumento exponencial del 30% de seguidores en un periodo de 6 meses, para crear una comunidad interesada en la producción audiovisual.

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Buyer Persona y Segmentación

Perfil personal y profesional

Experiencia:

Más de 12 años de experiencia en diferentes rubros como: Directora de desarrollo de SembraMedia, gestión de proyectos. Ha publicado artículos sobre violencia de género, aborto, entre otros temas en medios como Elfaro; Revista Factum y Univision.

Habilidades:

Liderazgo de equipos multidisciplinarios, Networking, Fundraising.

Limitaciones:

Conocimiento limitado de programas de diseño como Illustrador, InDesign.

Objetivos y motivaciones

Motivaciones:

Busca formas de llegar a nuevas audiencias a través de la creación materiales visuales creativos para las redes sociales.

Objetivos:

- Aprender a utilizar los programas de diseño.
- Comprender la audiencia para saber qué temáticas se podrían mostrar a través del diseño gráfico.

Puntos de dolor

Desafíos:

- Preocupación por no saber utilizar programas de diseño.
- Necesita más personal que sepa diseñar.

Laura Aguirre

Cofundadora y directora de Alharaca

País: El Salvador

Estado civil: Casada

Educación

- Licenciada en Periodismo.
- Doctora en Sociología

HAZ CLIC ACÁ

Comportamiento y preferencia

- Participa en entrevistas sobre el periodismo feminista.
- Activo en LinkedIn.
- Activo en Instagram.

Frustraciones

- Sensación de desconexión con la población adulta que no domina el entorno digital.
- Dificultad para encontrar recursos que expliquen de manera sencilla las tematicas.

Cómo puede ayudarle una Diseñadora Gráfica

- Visibilizar las temáticas que realizan a través de diseños creativos.
- Realización de cortos con Stop Motion.

Perfil personal y profesional

Experiencia:

Más 10 años de experiencia como: Locutor de radio o televisión, Periodista Canal 33, Colaborador FOCOS. Profesional independiente.

Habilidades:

Liderazgo de equipos multidisciplinarios, Gestión de redes, redacción de noticias, edición de videos.

Limitaciones:

Falta de personal en el área de creadoras de contenido para redes sociales.

Objetivos y motivaciones

Motivaciones:

Busca formas de llegar a nuevas audiencias a través de historias de personas que proponen soluciones para los desafíos actuales en la sociedad.

Objetivos:

- Obtener más personal para el área de creadora de contenido.
- Comprender la audiencia para tener un mayor alcance en las publicaciones.

Puntos de dolor

Desafíos:

- Inseguridad sobre cómo adaptar el qué hacer del medio a las plataformas digitales
- Necesita más personal.

Adriana González

Directora de Proyecto Lava

País: El Salvador

Educación

- Licenciada en Periodismo.

HAZ CLIC ACÁ

Comportamiento y preferencia

- Participa en entrevistas, webinars sobre el periodismo feminista.
- Activo en LinkedIn.
- Amante de contar historias que reflejen la realidad.
- Le gusta leer libros como "Un mundo feliz", "1984".

Frustraciones

- Sensación de desconexión con la población adulta que no domina el entorno digital.

Cómo puede ayudarle un creador de contenido para redes sociales.

- Visibilizar las temáticas que realizan a través de contenido de valor, medir el alcance que genereren.
- Realización de CTA, HT.

Perfil personal y profesional

Experiencia:

Ejecutivo Senior con más de 17 años de experiencia y un sólido con conocimiento en empresas multinacionales, gobierno y de sector social.

Habilidades:

Liderazgo de equipos multidisciplinarios, competencia a nivel gerencial y dirección con foco estratégico.

Limitaciones:

Falta de personal en el área de fotografía.

Objetivos y motivaciones

Motivaciones:

Busca transformar la vida de la niñez, adolescencia, juventud, familias y comunidades en los contextos más vulnerables de país.

Objetivos:

- Obtener más personal para el área de fotografía.
- Comprender la audiencia para tener un mayor alcance en las publicaciones.

Puntos de dolor

Desafíos:

- Inseguridad sobre cómo adaptar el qué hacer de la institución a las plataformas digitales
- Necesita más personal en el área de fotografía.

Roberto Villacorta

Director de World Vision

País: El Salvador

Estado civil: Casado.

Educación

- Licenciado en Ciencias Económicas.
- Maestría en finanzas

HAZ CLIC ACÁ

Comportamiento y preferencia

- Participa en entrevistas, webinars sobre experiencias que le han permitido conocer y escuchar las necesidades de la niñez salvadoreña.
- Activo en LinkedIn para conectar con otros profesionales del sector.
- Aficionado al fútbol y el básquetbol.

Frustraciones

- Sensación de desconexión con la población joven.
- Busca soluciones innovadoras, demostrando liderazgo y ética para cumplir el sueño de las niñas y niños.

Cómo puede ayudarle una fotógrafa profesional.

- Destacar a través de la fotografía la calidad y las emociones, creando conexiones con el público objetivo.
- Crear buenas composiciones de la imagen, para que las historias que desean contar y guiar al espectador sean a través de imágenes armoniosas.

SELECCIÓN DE LOS CANALES DIGITALES

INSTAGRAM

Es una red social de gran alcance a nivel mundial, la preferida de muchos jóvenes, personas que desean vender sus productos o servicios y empresas dispuestas a adquirirlos, por ello es la más indicada para nuestra estrategia.

- ✓ Nos ayudará a saber cuáles son las tendencias del momento para hacer contenido de acuerdo a lo más viral.
- ✓ Sus métricas nos ayudarán a visualizar y controlar el crecimiento de la marca.
- ✓ Proveerá las herramientas necesarias para todo el contenido que deseamos mostrar.

LINKEDIN

Una red social donde podremos conectar con otros creadores digitales, seguir su contenido, ver y analizar lo que hacen, lograr seguidores interesados en el servicio y posicionar la marca como competencia ante otras marcas.

- ✓ Conectar con otras marcas personales que sirvan de guía para el contenido es la principal razón para utilizar LinkedIn.
- ✓ En esta red existe un gran mercado con alta demanda de servicios, por ello es LinkedIn es una gran oportunidad para crecer como marca personal.

PLAN DE CONTENIDO

Edición de Videos	*Producción de Videos*	*Contenido Digital*	*Ventas*
Manejo de programas	Manejo de cámaras	Marketing de contenidos	Servicios
Mejores programas de edición	Las mejores cámaras de video	Plan de contenidos	Conocimiento
Tips de edición	Grabar videos como profesional	Estrategia de contenidos	Experiencia

ESTRATEGIA SEO

Edición de videos	***Producción de videos***	***Contenido Digital***	***Ventas***
Transiciones	Audiovisual	Redes Sociales	Seguidores
Edición de videos para principiantes	Cámara	Imágenes	Objetivos
Mejores tips de edición	Tendencias	Videos	Estrategias
Postproducción	Equipo de grabación	Texto	Beneficios
Edición desde el celular	Creatividad	Audio	Técnicas
Música de fondo	Guion	Contenido de valor	Función
Sonido	Producción	Podcast	Cliente
Tiempo	Grabación	Publicidad	Servicios
Premier	Videos para redes sociales	Reels	Atención instantánea

MEDICIÓN Y ANÁLISIS

Objetivos	KPI
✓ Aumentar el número de seguidores en un 10% cada mes.	✓ Este objetivo se comprueba con los KPIs: Total de seguidores, nuevos seguidores,
✓ Conseguir 10 suscriptores en 3 días.	✓ Este objetivo se comprueba con los KPIs: Total de seguidores, nuevos seguidores, actividad del perfil
✓ Incrementar las ventas del servicio en un 10% utilizando las estrategias de marketing de contenidos, redacción SEO y las tendencias de redes sociales para llegar al público objetivo.	✓ Este objetivo se comprueba con los KPIs: Veces que se compartió, Comentarios, cuentas que interactuaron, apariciones en búsquedas.
✓ Aumentar el número de publicaciones a 5 post a la semana, más una historia diaria.	✓ Este objetivo se comprueba con los KPIs: contenido que compartiste, interacciones, me gusta, veces que se compartió, veces que se guardó, comentarios.
✓ Lograr un aumento exponencial del 30% de seguidores en un periodo de 6 meses, para crear una comunidad interesada en la producción audiovisual.	✓ Este objetivo se comprueba con los KPIs, visualizaciones, total de seguidores, nuevos seguidores, actividad del perfil.

CALENDARIO DE CONTENIDOS

Calendario Semanal de Facebook

Calendarización					
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción Gráfica
Lunes	8:00 a.m	Post Instagram	Producción de videos	Los mejores consejos para producir tus videos Para mantener resultados profesionales y de altos niveles de calidad, debemos seguir ciertas normas y parámetros de trabajo. La planificación es el punto base y el pilar estructural de todo vídeo profesional. Antes de empezar a grabar, siempre debemos tener un plan bien definido sobre el tema, las ideas claves, recursos, planos, etc. De esta forma, se puede diseñar un esquema de trabajo que hará que la grabación sea mucho más rápida y efectiva. Estos concejos para grabar videos te servirán para tu planificación.	

Martes	7:00 a.m	Post Instagram	Producción de videos	¿Cuál es la mejor Resolución para grabar videos? La resolución de 1080 (1920 × 1080 píxeles), denominada “Full HD”, se ha convertido en el estándar del sector para la grabación de vídeos digitales en HD nítidos que no ocupen todo el espacio de almacenamiento. También es una resolución de pantalla habitual en los dispositivos móviles. Resolución 8K Esto también se conoce como Full Ultra High Definition. Esta es la mejor opción para acercar el zoom para tomar una foto lejana. 8k es la súper resolución de video. Aunque los cineastas no suelen filmar con esta resolución de video, si lo hacen, algo que logran son efectos visuales mejorados. Además, con el uso de una resolución de video de 8K, puedes reencuadrar fácilmente sin temor a perder calidad. Tiene una resolución de video de 7680 x 4320.	

Miércoles	1:00 p.m	Post Instagram	Producción de videos	¿CÓMO ESCOGER UNA CÁMARA DE VÍDEO? El momento de escoger una cámara de vídeo siempre debe empezar respondiendo a estas dos preguntas: ¿Qué presupuesto tengo?, es decir, cuánto quiero gastarme y ¿qué tipo de vídeos quiero grabar con ella? Con el presupuesto siempre te recomiendo mantener la cabeza fría y que pienses que el equipo, sea para vídeo o fotografía, no empieza, ni mucho menos, con la cámara. Mi consejo es que siempre tengas en cuenta que, para obtener los mejores resultados, no solo debes invertir en una cámara sino en otros accesorios como un buen objetivo. Así que ten esto en cuenta cuando calcules tu presupuesto máximo. Hay tantas formas de hacer vídeo que es importantísimo, antes de entrar en especificaciones técnicas, modelos, etc., definir qué tipo de vídeo quieres grabar. ¿Quieres una	

				videocámara para documentar tu vida familiar?, ¿para publicitar productos?, ¿para subir vídeos a tus redes sociales?, ¿quieres grabar entrevistas?, ¿paisaje?,¿vídeos para tu canal de Youtube?, ¿vas a grabarte a ti mismo muy a menudo? Las respuestas condicionarán cuál es la cámara ideal para ti. Ve mi siguiente post en el que te compartiré las mejores opciones de cámaras.	
Jueves	3:00	Post Instagram	Edición de videos	¿Sabías los Requisitos del sistema de Premier Pro? CPU de sexta generación Microsoft Windows 10 8 GB de RAM 8 GB de espacio disponible en el disco duro para la instalación; se necesita espacio libre adicional durante la instalación, no se puede instalar en dispositivos de almacenamiento extraíbles flash. Pantalla 1920 x 1080	

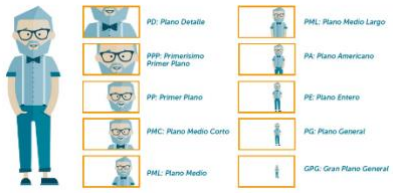
Viernes	5:00 p.m	Post Instagram	Producción de videos	¿Cómo grabar videos con tu celular? Siempre en horizontal: Un error muy común que cometen los camarógrafos que usan el celular para filmar es colocar el dispositivo en posición vertical. Entonces, para facilitar la reproducción en otras pantallas y hacer que tu video sea más bonito, filma con tu teléfono en forma horizontal. Mantén el dispositivo estable: Es importante mantener el teléfono firme y estable mientras se graba. Para eso, intenta usar ambas manos cerca del cuerpo o de un soporte, como un trípode. Presta atención a la iluminación: Otro factor esencial para hacer un buen video es la iluminación, especialmente en el caso de los celulares, donde los sensores suelen ser más pequeños y las lentes también. Busca siempre filmar en lugares bien iluminados, evitando	

				las sombras y los granulados en el video.	
Sábado	7:00 p.m	Post Instagram	Ventas	Haz que tu marca cobre vida con Contenido Audiovisual Con nuestro equipo, creamos contenido Visual que conecta con tu audiencia y Refuerza tu mensaje.	
Domingo	8:00 p.m	Post de Instagram	Contenido Digital	¿Quieres que tu contenido obtenga mayores visualizaciones? Utiliza Hashtags: Utilizar el signo número # y después insertar la palabra clave con que desees clasificar mejor tu publicación. No te olvides de que los espacios no son identificados, por lo tanto, escribe todas las palabras juntas. Usa un hashtag que esté acorde al tema del contenido. Utilizar un hashtag, solo porque este está en tendencia, pero sin decir algo relevante al tema, hará que el hashtag sea poco eficaz para la propagación del contenido.	

				Revisa la ortografía: Un error simple de ortografía, o hasta de digitación, puede hacer que el hashtag sea un fracaso. Pues no es muy probable que varias personas cometan el mismo error al momento de crear un hashtag.	

Calendario Semanal de LinkedIn

Calendarización					
Fecha	Horario	Tipo de Contenido	Pilar de Contenido	Copy	Descripción Gráfica
Lunes	8:00 a.m	Post LinkedIn	Producción de videos	Escoger una videocámara no es una tarea fácil, hay muchísimos modelos, precios y diferencias en prestaciones. Aquí te dejo una guía, de las cámaras que puedes utilizar Nikon D7500: Esta cámara réflex puede ser una opción interesante si quieres buenos resultados fotográficos a la vez que consigues unas tomas de vídeo en 4K de muy buena	

				calidad incluso en situaciones de poca luz. CANON EOS 850D: Esta cámara réflex de Canon está muy equilibrada en cuanto a precio y calidad tanto en fotografía como en vídeo. Si no buscas una cámara profesional pero tampoco quieres quedarte corto, la Canon EOS 850D es una opción muy interesante. SONY A6600: Una cámara sin espejo espectacular tanto para fotografía como para video. Cuenta con un Estabilizador integrado de 5 ejes, Grabación en 4K a 30 fps y A 1080p puede grabar hasta 120 fps.	
Martes	10:00 a.m	Post LinkedIn	Producción de videos	¿Sabes cuáles son los Planos para grabar video? Los principales planos que existen son: el plano general, el plano entero, el plano americano, plano medio y el primer plano (para personas) o el plano detalle (objetos). Los planos más abiertos como el general son útiles para ver donde se desarrolla la acción.	

Miércoles	12:30 p.m	Post LinkedIn	Edición de videos	GUIA PARA EDITAR TUS VIDEOS. No montar los vídeos demasiado apretados Para evitar la secuencia demasiado rápida de ideas diferentes, es importante hacer una pausa entre las que vas a presentar. Tu discurso será más fácil de seguir para tus espectadores. Usar títulos o ilustraciones: ¿Cómo hacer una edición de vídeo que te permita mantener la atención de tus espectadores? Utiliza medios visuales. Siempre son útiles para facilitar la comprensión de tus vídeos. Permiten guiar y situar al espectador en el desarrollo de tus ideas. Ser sobrio en las transiciones: Muy a menudo, cuando se descubre el software de edición, uno quiere colocar en sus videos de cualquier tipo de transición. Esto resulta en un video que carece de unidad. Concéntrate en uno o dos tipos de transiciones. Usar la música sabiamente: La música puede dinamizar tu	Post para Instagram Frases Universo Azul_20240926_190340_0000.mp4 - Google Drive

				vídeo. Pero no es necesario poner música en todo el vídeo, ya que esto podría cansar al espectador.	
Jueves	2:00 p.m	Post LinkedIn	Edición de videos	Las mejores Aplicaciones para editar videos desde el celular InShot. CapCut. VideoShow. Filmora. iMovie. PowerDirector. Adobe Premiere Rush.	
Viernes	4:00 p.m	Post LinkedIn	Producción de videos	¿Cómo debo prepararme para grabar un video? La importancia de un buen guion. Correctamente cargado y con espacio de almacenamiento libre. También es importante planificar un guión. De esta manera, haz un buen guión, ya que guiará toda la producción de tu video. Define el orden de los discursos, indica el movimiento de la cámara y garantiza una secuencia lógica entre los contenidos que se transmiten. El script también debe contener:	

				Las escenas a utilizar Los diálogos a realizar El tono de voz a adoptar en cada parte del video. Los lugares donde se realizarán las grabaciones La lista de los equipos adecuados Indicaciones de edición de video que se realizarán más tarde	
Sábado	6:00 p.m	Post LinkedIn	Ventas	¡Dale vida a tu marca con nosotros! Impulsamos tu marca para que alcance su máximo potencial, con estrategias creativas y efectivas, llevamos tu mensaje más lejos, impactando a quienes más importan: tus clientes. Te ayudamos en la producción, edición de videos y contenido para redes sociales.	
Domingo	9:00 p.m	Post LinkedIn	Ventas	¿Necesitas ayuda con creación de contenido para impulsar tu marca en redes sociales? Así trabajamos ofreciéndote siempre una grabación profesional y de calidad.	

				Grabamos en video el contenido que desees de tu marca Nos movilizamos a cualquier en el país Te entregamos el archivo de la grabación completa para que puedas subirlo a tus redes o web, editarla, trocearla para multiplicar contenidos, etc.	