

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



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL:
JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL.

PRESENTADO POR:

JAZMIN ELIZABETH ELENA ALFARO

CARNÉ

(EA15012).

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.**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO
MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, MARZO DE 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS.

VICERRECTOR ACADÉMICO

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA.

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO FRANCISCO ALARCON.

FISCAL GENERAL

LICENIADO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN.

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE.

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS.

VICEDECANA

MAESTRA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE
SERRANO.

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MAESTRO. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS.

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO**

JEFE DE DEPARTAMENTO
MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS.

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

AGRADECIMIENTOS

Nunca imagine que llegaría a estas instancias, la vida me ha llevado por un sinfín de retos desde muy pequeña y quizá 12 años atrás nunca hubiera imaginado que estaría a un paso de graduarme de una de las universidades con un gran legado en el país. Siendo hija menor de la Familia Elena Alfaro, es un orgullo ser la primera mujer en alcanzar el nivel grado de Licenciatura en muchas generaciones atrás.

Le agradezco a mi madre y padre, quienes han sido unos pilares en mi vida y que a pesar de muchas adversidades; me han apoyado hasta mi última clase en la universidad y han creído en el potencial que tengo para los estudios. Mi hermano, Santiago; a quien le doy las gracias por el apoyo fundamental que ha sido para la familia justo al salir de su bachillerato, y que siempre ha estado cuidando de mi en las buenas y las malas.

Con ello, no puedo dejar de lado a quienes me han acompañado en mi formación académica desde educación inicial hasta la superior, y que ha sido a través del sistema de educación pública, agradeciendo a todos aquellos docentes y comunidad educativa quienes han dejado un legado imborrable en mi persona, sin dejar de lado el humanismo y no olvidar de dónde venimos.

A pesar de todo, y el sufrimiento de la vida como tal; doy gracias por estar con los míos, por vivir un día a la vez y no morir en el intento. Este título también va por “Dante” que aún no regresa de esa noche de lluvia del jueves 13 de octubre de 2011. Desde antes creíste en mí y que lograría cosas grandes en mi vida... también me sorprende en haber llegado tan lejos. Espero encontrarte en esta o en la otra vida, donde sea que estes.

El destino me ha llevado donde nunca imaginé, seguiré estudiando hasta donde pueda.

La educación si lo es todo, para los de arriba es una nada; pero para los de abajo lo es todo.

ÍNDICE

CONTENIDO	N° DE PÁGINA
RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN.....	8
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	9
Antecedentes.....	9
Situación actual	11
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	13
OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	14
FODA	15
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	16
EMKT Company	16
Jessica F. Estratega digital	17
La Fábrica Think Digital	17
Tobar Consultores Oficial	19
RESUMEN DE ANÁLISIS	20
Competencia	20
BUYER PERSONA	22
CANALES DIGITALES.....	25
Red social base	25
LÍNEAS DE CONTENIDO	27
KIP'S A MEDIR	28
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
ANEXOS	37

RESUMEN

En el siguiente trabajo presentado, se desarrolla como desde la praxis laboral en posicionamiento de marca personal se pueden fortalecer y profesionalizar para poder tener un mayor respaldo en Marketing Digital, ya que este es uno de los principales procesos por los cuales se impulsa una marca como tal. La estrategia presentada desarrolla desde la parte teórica, procesos por los cuales se hace el uso adecuado de redes sociales y plataformas digitales; dando pauta para usarlas como herramientas que contribuyan al crecimiento de marcas personales desde el mundo digital. Eso sí, debe ir acompañado de un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de esta y que sea un proceso de innovación constante. En este sentido, y para llevar a la práctica los conocimientos brindados por la academia, la herramienta digital de base es una red social; presentado la versatilidad que tiene y como desde sus funciones se puede elaborar un amplio posicionamiento digital.

Palabras claves: Asesorías ; Consultas ; Marketing Digital ; Posicionamiento ; SEO ; Estrategia Digital ; El Salvador ; Advocacy ; Comunicaciones.

INTRODUCCIÓN

Los procesos comunicacionales han pasado grandes transformaciones de connotación social, y la humanidad como tal ha tenido que adaptarse a las nuevas formas de escuchar y expresar ideas, lecturas de mundo, o incluso el poder expresar sentires desde la parte no verbal o emocional interna del individuo.

Actualmente, estos procesos comunicacionales rompen barreras, ya que con los avances en las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) se ha logrado establecer interacciones sociales desde la virtualidad; y este proceso comunicativo se ha afianzado y brindado nuevas formas de expresión verbal y no verbal muchas veces con hacer “*clic*” en un aparato electrónico.

Al tener en cuenta esto, la digitalización en pleno siglo XXI ha alcanzado niveles inimaginables de comunicación; y más allá que sea para el simple hecho de comunicar ha pasado a ser parte fundamental de divulgación de ideas; ya sean esta para comunicar sentires personales o incluso, para que desde las grandes corporaciones industriales posicionen marcas específicas.

Al adentrarnos en este análisis, es indiscutible que casi cualquier persona con acceso a tecnología e internet puede divulgar hasta su más mínimo pensamiento o postura sobre su contexto o realidad social.

Por ello, las estrategias de marketing digital hoy son indispensables para cualquier marca, empresa u organizaciones, ya que todas buscan un solo fin: ser las primeras a las cuales las personas tomen como referencia para consumir ya sea de forma material o ideológico.

Este trabajo “ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL: JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL”, presenta parte del proceso por el cual la marca se ha adaptado para poder presentar una propuesta innovadora en formato digital, y que se ajusta a los requerimientos actuales por las cuales se maneja el mundo de las TIC’S.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Antecedentes

La marca personal Jazmin Elena, nace en el año de 2013 con la obtención de un convenio de Cooperación Internacional para realizar una consultoría en procesos de intervención social para comunidades específicas en el Departamento de San Salvador con metodologías enfocadas en derechos humanos y comunicación asertiva en niñez y adolescencia.

Parte de ese proyecto, se realizaron procesos de formación en Derechos Humanos en el sector educativo público, así como procesos de incidencia y replica de buenas prácticas desde la experiencia formativa. Esta experiencia organizacional y comunitaria, es uno de los pilares para poder reconocer lo indispensable de tener un buen nivel de incidencia pública y poder generar un verdadero proceso de transformación en los diversos contextos de las sociedades.

Con ello, se marca el primer precedente en la marca de liderazgo organizacional con enfoque social, dando el espacio de replantear el objetivo por el cual se desea trabajar. A partir de este momento se empieza a crear una nueva propuesta de incidencia estratégica y comunicacional, unificando procesos de liderazgo comunitarios a vocerías organizativas.



Proceso de intervención de liderazgo en comunidades educativas en El Salvador. San Salvador, diciembre 2015.

Foto Archivo – J. Elena.

La experiencia de posicionamiento de marca se había establecido a nivel de país, pero a lo largo del proceso y obteniendo mayores espacios de posicionamiento de marca se logra llegar a entidades regionales en el año 2017, logrando visibilizar experiencias con base social, e impactando en espacios regionales en los cuales es necesario tener el foco de atención de las audiencias.



*Participación en 4° Encuentro Nuestra América (ENA)
Brasilia, junio 2017.*

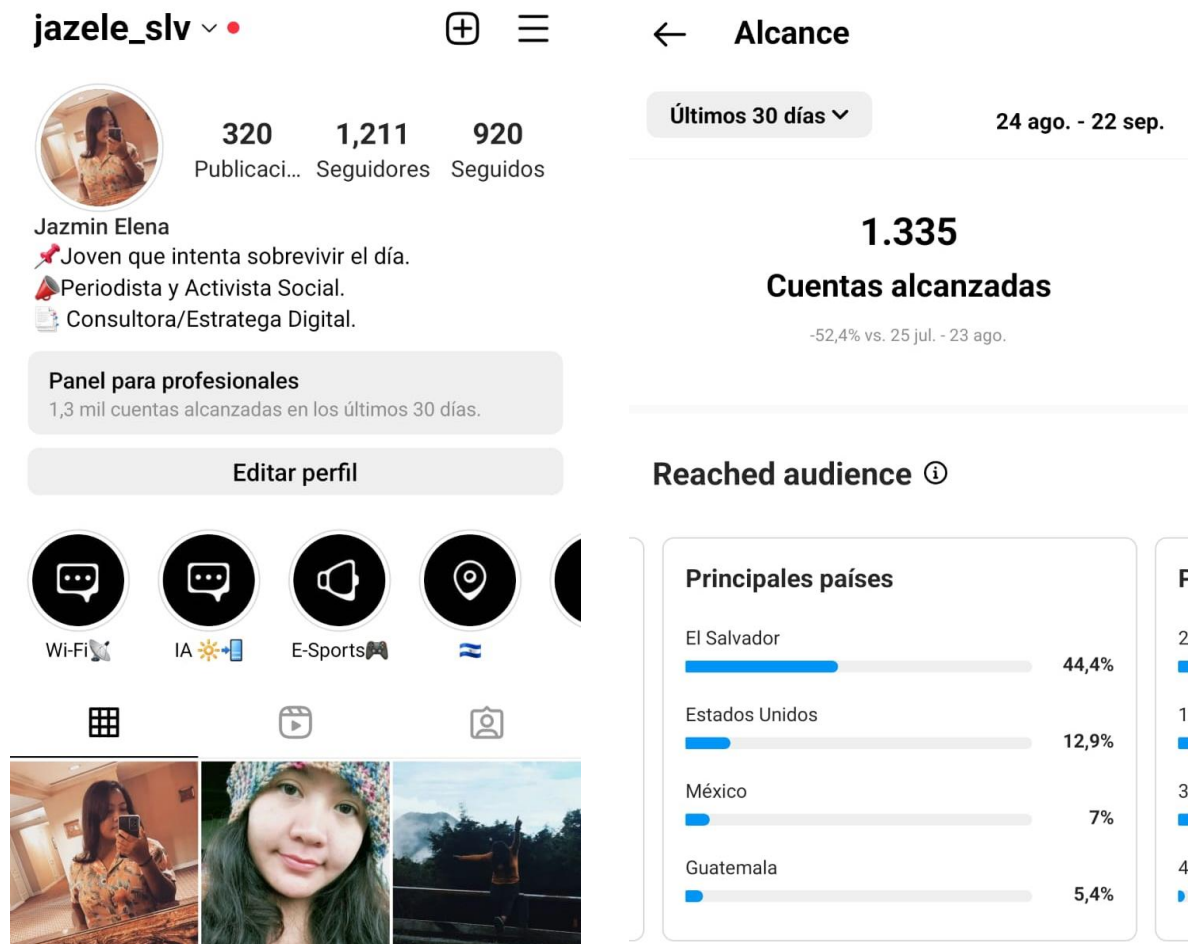
Foto Archivo – J. Elena.

A esto se le suma la continuidad de procesos de formación académica universitaria, que es uno de los motivos por los cuales crece el interés de poder aplicar desde el ámbito profesional estrategias comunicacionales y que generen impacto social.

Una de las áreas a priorizar con ello es tener las bases teóricas, adquiriendo conocimientos y pilares por los cuales debe desarrollarse debidamente el trabajo a fortalecer; y segundo que desde la marca Jazmin Elena se puedan impulsar otras marcas, conceptos o campañas que requieran servicios profesionales en ámbitos específicos, o que se necesiten exclusivamente servicios profesionales comunicacionales en publicidad o marketing.

Situación actual

La marca personal ha logrado crear su propio imago tipo, logrando posicionar a través de ella el profesionalismo con que cuenta la marca personal JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL. Agregado a ello, se ha logrado incursionar en ámbitos de producción organizacional y Brand Avocate; así como en la elaboración de estrategias digitales, campañas y consultorías comunicacionales para diversas Instituciones en el país.



El imagotipo de la marca cuenta con los siguientes elementos:

- JE: Escrito en estilo carta, estas iniciales son del nombre y apellido principal de la consultora.
- Cuadrado amarillo: En los usos más cotidianos, el significado del color dorado en el marketing, en la moda, y en la prensa se asocia a la elegancia, preciosidad, refinamiento, cuando no a lujo y exclusividad. Comúnmente es utilizado por la publicidad para sugerir la idea de la juventud, el optimismo y la diversión.
- Leyenda: CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL.



CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL

Agregado a ello, el servicio de la marca se estipula tenga un alcance nacional, siguiendo una ruta estratégica con cada uno de los clientes según las necesidades que requiera cada contratación. Con estos elementos claros, se puede obtener una propuesta de marca que realmente tenga el impacto esperado y que se posicione como una empresa consultora enfocada en priorizar estrategias digitales que contribuyan al crecimiento de *advocacy* y de *marketing digital*.

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 JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL, en este rubro se desglosan las campañas comunicacionales en estas áreas:

- Diseño de imatipos y línea grafica de campaña comunicacional.
- Redacción de comunicados de prensa y notas conceptuales.
- Elaboración de artes gráficos (para redes sociales y sitios digitales).
- Diseño de materiales promocionales (materiales físicos).

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, sin importar si estas personas son clientes la marca o no. 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 JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL basa su proceso de posicionamiento de marca ofrece los siguientes ámbitos de trabajo:

- Branding de marca.
- Producción y logística de eventos presenciales y virtuales.
- Producción de audiovisuales para medios tradicionales y digitales.
- Creación de contenido de valor.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

GENERAL 1

Posicionar la marca Jazmin Elena - Consultora y Estratega Digital en el mercado de consultorías comunicacionales externas para ejecutar proyectos en empresas e instituciones que requieran servicios profesionales a nivel nacional o regional.

- ESPECIFICO 1.1.

Diseñar artes gráficos con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ámbitos comunicacionales.

- ESPECIFICO 1.2.

Crear contenido de valor para red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.

GENERAL 2

Exponer el trabajo realizado por la marca personal Jazmin Elena - Consultora y Estratega Digital en procesos de consultorías externas realizadas a instituciones y organizaciones para visibilizar el nivel profesional en marketing y brand avocate.

- ESPECIFICO 2.1.

Recopilar los trabajos realizados desde el lanzamiento de la marca y promocionarlos en formato digital para redes sociales.

- ESPECIFICO 2.2.

Planificar y ejecutar estrategia comunicacional para presentar los servicios y beneficios ofertados por la marca personal.

FODA

El análisis del sistema FODA, es proceso de reconocimiento interno y externo, brindando parámetros de administración y de planificación para la marca. Con ello, se logra visualizar la situación real en la que está la empresa y poder planificar posibles estrategias para tener los resultados esperados por los involucrados en el mismo. En este sentido, la marca JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL presenta su análisis FODA con los siguientes resultados de análisis:

Fortalezas:

- Experiencia en elaboración de estrategias digitales.
- Directorio de clientes.
- Habilidades de diseño gráfico.

Oportunidades:

- Reconocimiento nacional en el área de trabajo.
- Crecimiento estructural de la marca.
- Ampliación de productos y servicios.

Debilidades:

- Falta de recursos tecnológicos y humanos
- saturación de agenda por demanda.
- No tener espacio físico para oficina.

Amenazas

- Competencia de marcas que trabajan en el rubro.
- Clientes ya no recurren a consultores externos.
- No seguir con la empresa por situación económica.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

EMKT Company

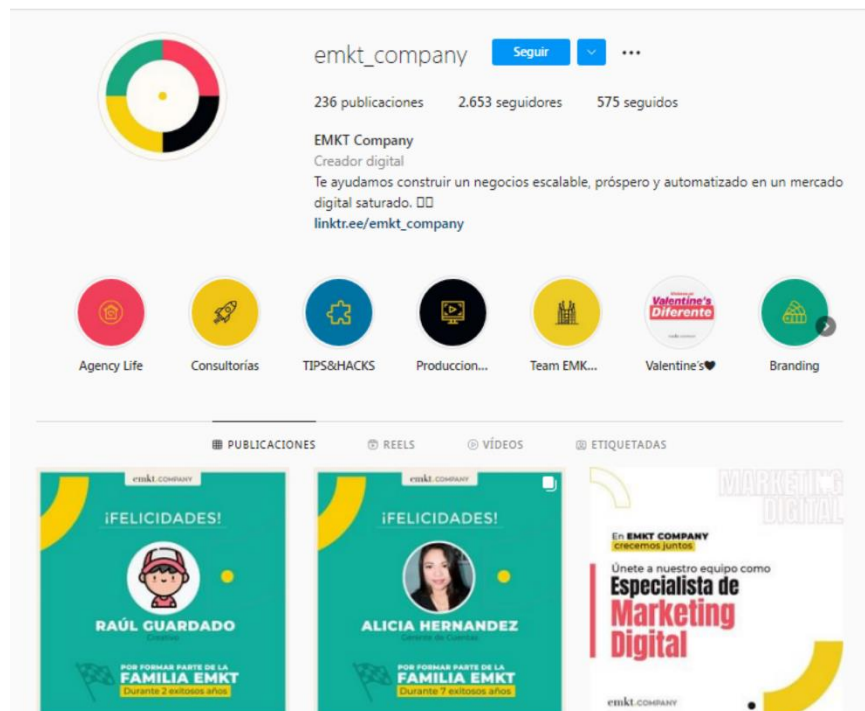
REPORTE

Es una Agencia de Marketing con 10 años de trayectoria en El Salvador, trabajando con marcas que necesitan una base estratégica sólida de negocios, marketing y mercado digital.

Es una de las agencias consultoras posicionadas a nivel de país, habiendo trabajado con aproximadamente más de 1,000 marcas.

DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @emkt_company
- Seguidores en Instagram: 2,653



Jessica F. | Estratega digital

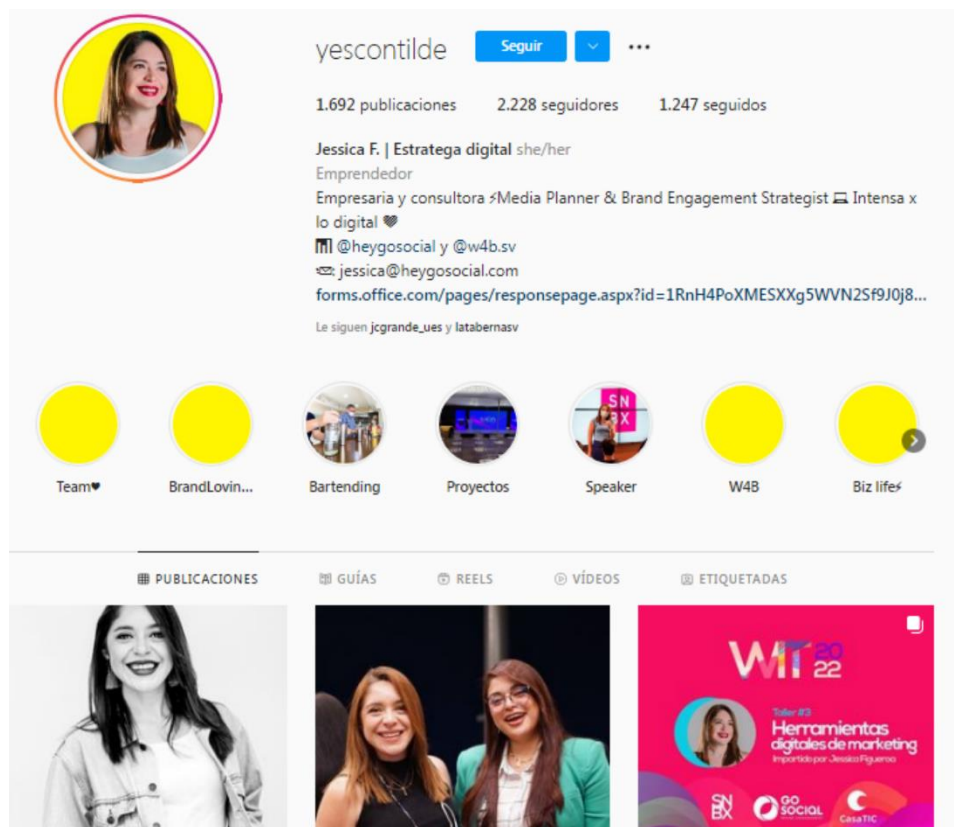
REPORTE

Es una marca personal convertida en agencia de publicidad enfocada en *Media Planner* y *Brand Engagement Strategist*.

Su directorio de clientes se basa en el emprendedurismo ya que ella misma es una marca personal de esta índole, siendo conferencista en distintos foros públicos.

DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @yescontilde
- Seguidores en Instagram: 2,228



La Fábrica | Think Digital

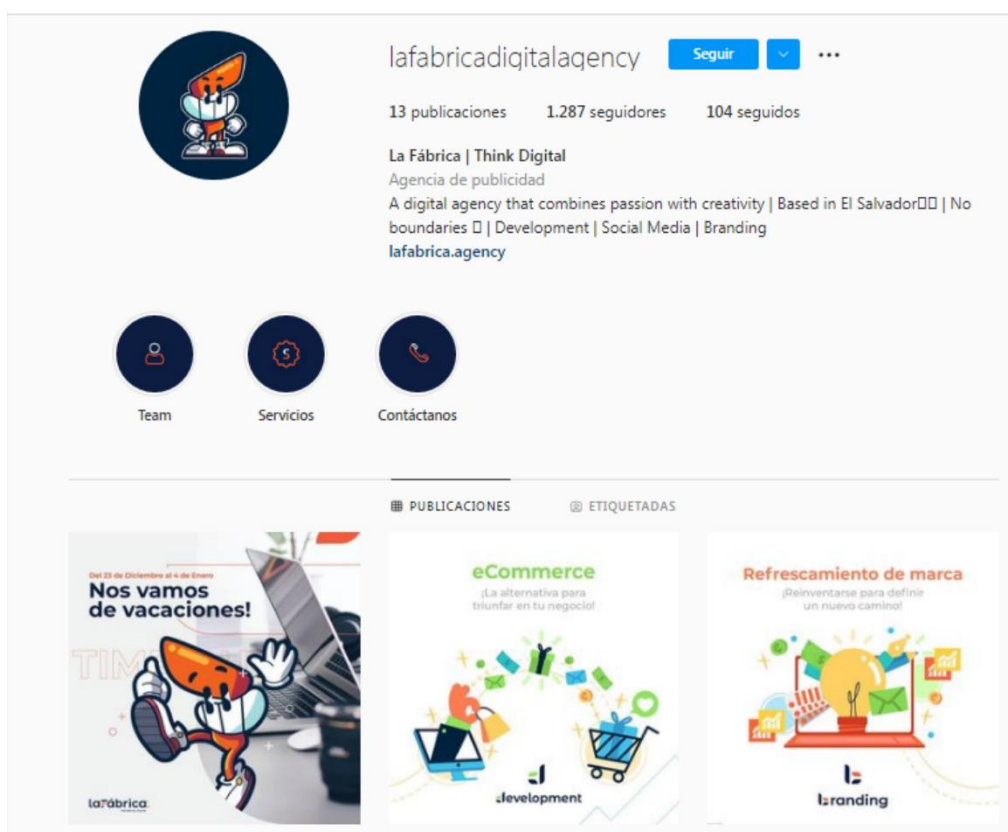
REPORTE

Es una agencia de publicidad enfocada en la parte *Branding*, *Social Media*, y *Development*. Actualmente trabaja con grandes marcas empresariales en comercio y banca a nivel nacional.

Crean contenido de valor para sus redes sociales y están familiarizados en el ámbito de marketing y publicidad corporativa.

DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @lafabricadigitalagency
- Seguidores en Instagram: 1,287



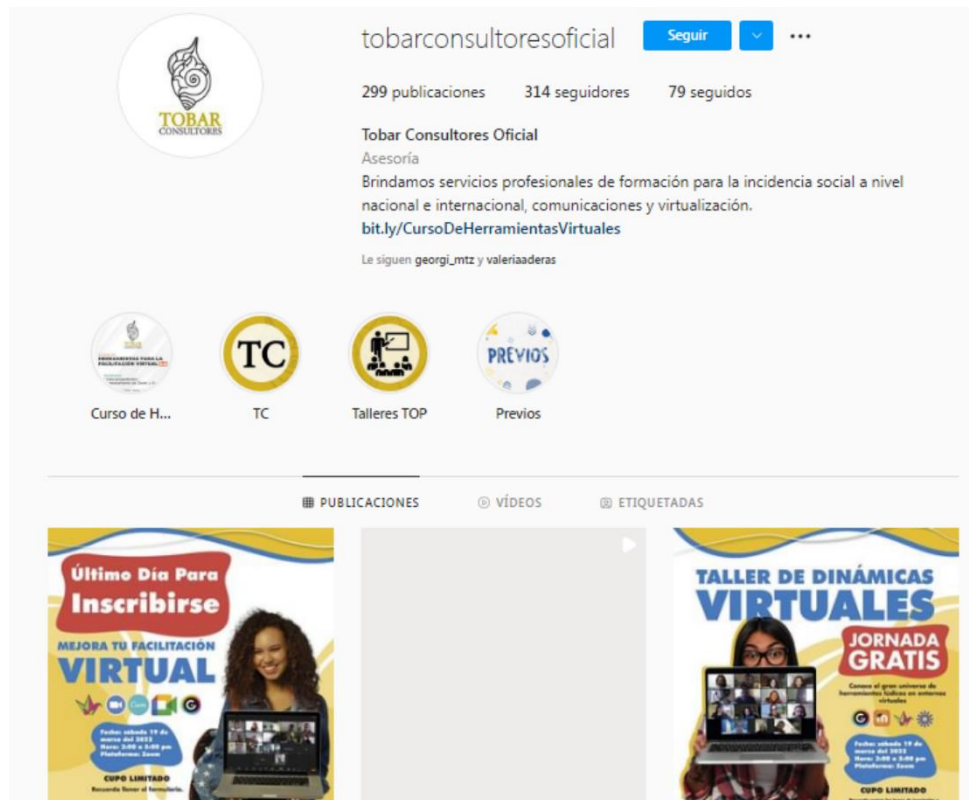
Tobar Consultores Oficial

REPORTE

Tobar Consultores Oficial brindan asesoría organizacional y comunicacional, formación para la incidencia social a nivel nacional e internacional. Sus fuertes son la comunicación estratégica y virtualización. A principios de 2022 se inscriben legalmente como Agencia de Consultores en el país, sin dejar de lado la esencia de marca personal.

DATOS DE LA MARCA

- Usuario: @tobarconsultoresoficial
- Seguidores en Instagram: 314



RESUMEN DE ANÁLISIS

Competencia

Teniendo en cuenta el contenido de valor en la red social de Instagram, la competencia avoca a mantener cercanía con los clientes, sin dejar de producir material con contenido de valor en cada una de ellas. La experiencia comunicacional de trabajar en entornos públicos crea sintonía con lo que quiere el cliente y como quiere reflejarse a las audiencias.



Eso sí, la mayor competencia son las agencias bien posicionadas en el entorno, por ello es necesario recurrir a la revisión de directorio de clientes institucionales y como estos pueden ser un trampolín para llegar a otras empresas u organizaciones que a través de sus redes sociales promocionen la marca personal y que sigan fidelizados con el trabajo de Jazmin Elena - Consultora y Estratega Comunicacional.

CAMPAÑA MUNDIAL POR LA
EDUCACIÓN

www.campaignforeducation.org



SEMINARIO WEB DE LA CME:

#DayOfThe GirlChild2020

Mi Voz.

Nuestra educación.

El seminario web será en inglés y habrá disponible interpretación en francés y español.

📍 Registrarse aquí: <http://bit.ly/MyVoiceOurEducation>

📺 Transmisión en vivo: [campaignforeducation](https://www.campaignforeducation.org)

Victoria Ibiwoye, fundadora, Fundación One African Child, Nigeria | **Martina Darmanin**, coordinadora de derechos humanos y solidaridad, Sindicato europeo de estudiantes, Bruselas | **Angel Warira Mbuthia**, secretaria de género y relaciones internacionales, Sindicato africano de estudiantes, Ghana | **Jazmin Elena**, defensora de la educación de El Salvador, CLADE | **Rantia Sabbah**, defensora de la educación, región árabe | **Beathe Øgård**, miembro del Consejo, Campaña Mundial por la Educación | **Sunil Gangavane**, Coordinadora de Jóvenes de, ASPBAE



Jazmin Elena
Defensora de la educación
CLADE



📄 Para consultar información y recursos sobre el COVID-19, visita el Centro de información COVID-19. >

BUYER PERSONA

Buyer persona 1: Marta Gonzales

Forma parte de una Organización no Gubernamental (ONG), en el cargo de Gerente de Educación e Innovación educativa. Ha sido responsable de proyectos a nivel nacional en los cuales son necesarias contrataciones externas para visibilización e incidencia comunicacional.

Características:

- Rango de edad: 36-45 años.
- Género: Mujer.
- Estado civil: Casada
- Departamento de residencia: Sonsonate.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Licenciatura

Temores:

- No poder cumplir con los tiempos estipulados en los cronogramas de proyectos.
- Que las campañas de visibilización no logren su objetivo con el público meta.
- Que las personas contratadas no cumplan con los Términos de Referencia (TDR)

Pasatiempos:

- Le gusta convivir con diversos grupos de personas/comunidades.
- Viaja constantemente a zonas del interior del país.
- Interesada en temas que aborden políticas educativas.

Buyer persona 2: Erick Salmerón

Es el Jefe de Mercadotecnia de una empresa privada dedicada principalmente a la venta de repuestos para automóviles. Está a cargo de la visibilización de la campaña de marca empresarial y de temporadas. El trabajo lo realiza con una persona más en el área y con la contratación de una agencia publicitaria externa.

Características:

- Rango de edad: 26-35 años
- Género: hombre.
- Estado civil: Acompañado
- Departamento de residencia: San Salvador.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Licenciatura

Temores:

- Que las campañas promocionarles no tengan el impacto deseado en ventas.
- No subir la cantidad de nuevos clientes (independientes o empresariales).
- No tener alcance, interacciones y ventas a través de las redes sociales.

Pasatiempos:

- Le apasionan los automóviles, en especial los europeos y de competencia.
- Experto de juegos de vídeo en consolas y PC.
- Ver películas de estreno de su interés en el cine.

Buyer persona 3: Gabriela Torres

Ella es Diseñadora Gráfica y es especialista en moda y maquillaje. Sus redes sociales son primordiales para los contratos de embajadora de marca que realiza, siendo estas la base de sus ingresos económicos. Ha creado contenido personal, pero no ha tenido el impacto como lo hace con colaboraciones empresariales.

Características:

- Rango de edad: 18-25 años
- Género: Mujer.
- Estado civil: Soltera.
- Departamento de residencia: La Libertad.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado académico alcanzado: Técnico.

Temores:

- Que las empresas solo la busquen por su aspecto físico y no por la calidad de su contenido.
- Que pueda estar en medio de controversias en redes sociales.
- No saber cómo innovar su marca personal y no obtener nuevos contratos empresariales.

Pasatiempos:

- Le gusta realizar nuevos estilos en tendencia de maquillaje.
- Le gusta leer libros relacionados a magia y suspenso.
- Realiza ilustraciones de su vida cotidiana.

CANALES DIGITALES

Red social base

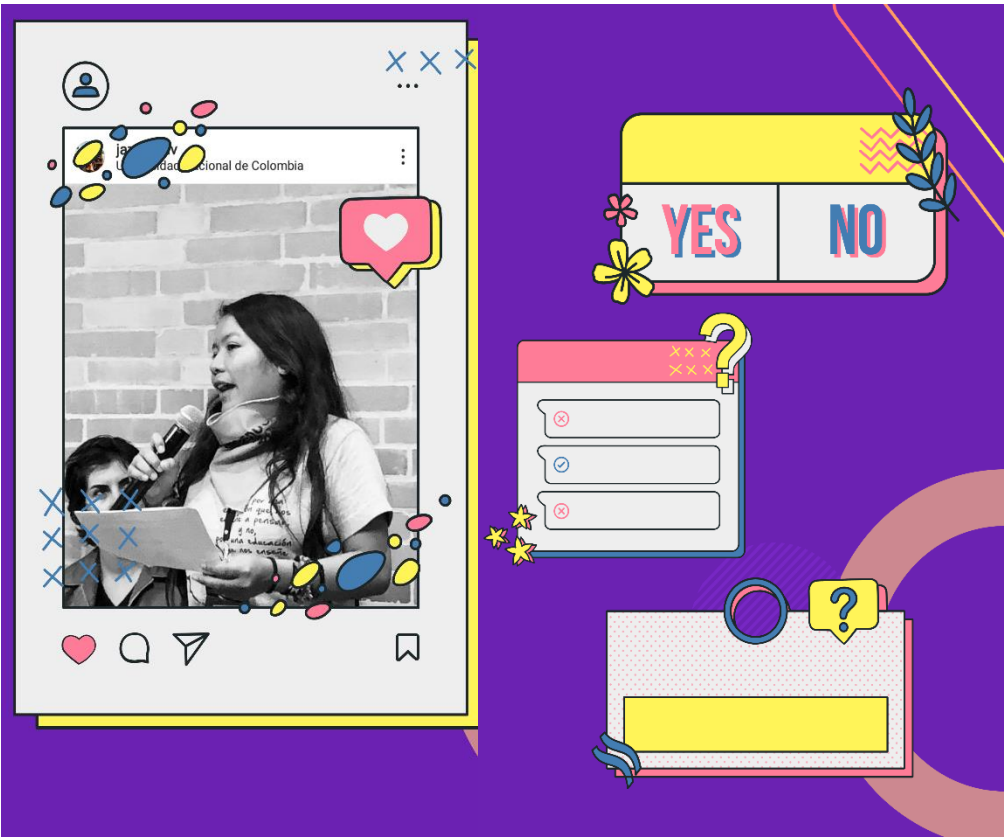
Como parte de un gran análisis en redes sociales, se establece que la marca personal JAZMIN ELENA – CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL se posicionará a través de la red social INSTAGRAM.

Esta decisión se toma ya que se ha fortalecido el perfil desde el año 2015 y el número de interacción y seguidores ha crecido de forma orgánica.



La red social brinda muchas opciones de presentación de contenido gráfico y audiovisual, siendo una de las más completas hasta el momento. La parte visual es uno de los grandes referentes en la plataforma, y el factor de enganche para los usuarios es indispensable si deseamos posicionar la marca.

También nos permite categorizar el contenido y cuál es la intención de cada publicación, permitiendo que las publicaciones sean de distinta naturaleza sin salir de la idea inicial que queremos transmitir. La facilidad de la aplicación hace que los clientes tengan este efecto de cercanía con la marca y tener un contacto directo si desea contratar los servicios profesionales.



LÍNEAS DE CONTENIDO

Branding	Interacción	Valor	Ventas
<p>Posicionamiento profesional de marca personal y como Brand Advocate a través de medios digitales.</p>	<p>Acercamiento con los usuarios a través de las llamadas a la acción (CTA) y generar lazos de intereses personales con la marca.</p>	<p>Creación de nuevos conocimientos en consultorías y marketing digital para fidelización con la marca.</p>	<p>Generar oferta y demanda en productos y servicios, así como promocionar paquetes en oferta de la marca.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Historia de la marca. ○ Productos y servicios actualizados. ○ Acciones de incidencia pública. ○ Posicionamiento actual de marca. ○ Actualización de línea gráfica. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Respuesta a comentarios. ○ Publicaciones cta. ○ Contacto personal por dm. ○ Encuestas. ○ Monitoreo de conocimientos de usuarios y clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Consejos de marketing. ○ Crecimiento profesional. ○ Importancia de las estrategias digitales ○ Beneficios al consumir la marca. ○ Fidelización por la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Paquetes exclusivos servicios. ○ Oferta en productos seleccionados. ○ Promociones de temporada. ○ Descuentos por fidelización. ○ cotización de costos personalizados.

KIP'S A MEDIR

OBJETIVO GENERAL 1	
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	
<p><u>ESPECIFICO 1.1.</u></p> <p>Diseñar artes gráficos con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ambitos comunicacionales.</p>	<p><u>ESPECIFICO 1.2.</u></p> <p>Crear contenido de valor para red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.</p>
<p><u>KPI'S 1.1.1</u></p> <p>Cantidad de interacciones y alcance obtenido por cada una de las publicaciones CTA.</p>	<p><u>KPI'S 1.2.1</u></p> <p>Cantidad de nuevos seguidores obtenidos en la aplicación.</p>

OBJETIVO GENERAL 2	
EXPONER TRABAJO REALIZADO	
<p><u>ESPECIFICO 2.1.</u></p> <p>Diseñar artes gráficos con formatos de marca personal que promuevan la interacción y llamadas a la acción (CTA) en ámbitos comunicacionales.</p>	<p><u>ESPECIFICO 2.2.</u></p> <p>Crear contenido de valor para red social Instagram e incrementar el número de seguidores y nuevos clientes para la marca personal.</p>
<p><u>KPI'S 2.1.1</u></p> <p>Cantidad de usuarios que visualizan e interactúan en publicaciones de antecedentes de trabajos o identificados con la marca.</p>	<p><u>KPI'S 2.2.1</u></p> <p>Número de likes, comentarios y mensajes directos al perfil interesados en productos de la marca.</p>

CALENDARIO DE CONTENIDO

El calendario de contenidos puede variar según las necesidades de la marca, llegando a tener variaciones de tiempo para publicitar piezas graficas. En este sentido, desde la marca JAZMIN ELENA - CONSULTORA Y ESTRATEGA DIGITAL se ha estipulado generar un calendario de contenido cada quince días, esto con la finalidad de adaptarse a la situación del contexto en el que está focalizada el público meta, o por si necesitan hacer ajustes de última hora con algún material en específico.

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 / @jazele_slv
- **Publicaciones en Feed:** Una publicación diaria.
- **Publicación para Historias IG:** Hilo de dos publicaciones cada tres días.
- **Publicaciones de Reels:** Un video Reels de 30 segundos cada quince días.
- **Artes gráficos estipulados:** (Ver anexos)
- **Keywords a utilizar:**
 - #Consultora
 - #MarketingDigital
 - #EstrategaDigital
 - #Advocacy
 - #Comunicaciones
 - #Asesorías
 - #ElSalvador
 - #PosicionamientoSEO

DÍA	HORA	TIPO DE CONTENIDO	FORMATO	COPY	Nº DE PIEZAS GRÁFICAS
Día 1	17:00 PM	Branding	Post en feed	<p>¡Nueva imagen! Jazmin Elena, Consultora y Estratega Digital llega a usted con actualización de servicios en #Advocacy y #PosicionamientoSEO de marcas personales y empresariales.</p> <p>#EstrategaDigital</p> <p>#ElSalvador</p>	1
Día 2	16:00 PM	Valor	Post en feed	<p>¿No sabes por dónde empezar tu estrategia digital? Haz una lluvia de ideas de cuáles son tus metas a corto, mediano y largo plazo y con ello puedo ser tu #EstrategaDigital para impactar de forma profesional en lo que necesites. Escríbeme por DM para brindarte una #asesoría especializada.</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#MarketingDigital</p>	2
Día 3	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	****	3.1 / 3.2
	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>¡Invierte en tu marca! Te presento las mejores ofertas en paquetes #PosicionamientoSEO y #MarketingDigital.</p> <p>Cotiza ahora por DM y conoce a detalle la promoción del mes.</p> <p>#Comunicaciones</p>	4

				#Asesorías	
Día 4	17:00 PM	Branding	Post en feed	<p>El trabajo habla por sí solo.</p> <p>Desde el 2013 surgió el sueño de poder impactar como #Advocacy en espacios de impacto social desde las #Comunicaciones. Hoy, lo hago para ti y tú marca personal o empresarial.</p> <p>#Consultora</p> <p>#EstrategaDigital</p>	5
Día 5	16:00 PM	Valor	Post en feed	<p>Dominio de marcas en redes sociales.</p> <p>En tiempo de post-pandemia la interacción digital ha sido esencial para posicionar marcas personales o empresariales. Es momento que la tuya tenga alto impacto, por ello solicita #Asesorías especializadas en #MarketingDigital y así lograrlo.</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#EstrategaDigital</p>	6
Día 6	10:00 AM	Branding	Instagram stories	****	7.1 / 7.2
	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>Se viene semana santa y también descuentos de temporada para tu marca.</p> <p>Escribeme por DM para conocer los descuentos del 15% en servicios profesionales de #MarketingDigital y #Advocacy de marca personal o empresarial.</p>	8

				#Comunicaciones #ElSalvador	
Día 7	17:00 PM	Interacción	Post en feed	Giveaway ¡Una imagen habla más que mil palabras! Gana 5 piezas visuales/fotográficas para tu marca personal o empresarial. Menciona en una frase porque tú marca impacta en #ElSalvador, comparte este post en historias y ¡listo! Ya estas participando para crecer en #PosicionamientoSEO y en las #Comunicaciones con clientes potenciales de tu marca. Fecha de sorteo: 16 de abril por IG LIVE.	9
Día 8	16:00 PM	Valor	Post en feed	#Advocacy en tiempos digitales. Muchas veces no reconocemos la importancia de las vocerías, esta es esencial porque es la portada de de tu marca personal o institucional. Puedo brindarte #Asesorías calificadas y verás cómo atraes a tu audiencia al máximo. #PosicionamientoSEO #Consultora	10
Día 9	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	****	11.1/ 11.2
	16:00 PM	Ventas	Post en feed	¡Weekend de descuentos! Solo este fin de semana, recibe un 20% de descuento en productos de campañas comunicacionales. Escribe por DM para conocer a	12

				<p>detalle el trabajo que necesitas en #MarketingDigital.</p> <p>#Consultora</p> <p>#EstrategaDigital</p>	
Día 10	17:00 PM	Branding	Post en feed	<p>¡Googlea tu marca! Es increíble la sensación de aparecer primero en los motores de búsqueda en la web, cuando lo haces sabes que necesita tú marca para impactar en #Advocacy #PosicionamientoSEO. Puedo brindarte #Asesorías en #MarketingDigital para que tú marca sea de impacto en la red, escíbeme por DM.</p> <p>#Consultora</p> <p>#EstrategaDigital</p>	13
Día 11	16:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>Inicio de semana con promociones de lujo.</p> <p>Conoce las ofertas en servicios profesionales para campañas de marcas y asegura desde ya el #PosicionamientoSEO que puedes lograr en tus producciones visuales o presenciales.</p> <p>#MarketingDigital.</p> <p>#Consultora</p> <p>#EstrategaDigital</p>	14
Día 12	10:00 AM	Interacción	Instagram stories	****	15.1 / 15.2
	16:00	Valor	Post en feed	Estrategias digitales a la	16

	PM			<p>vanguardia.</p> <p>Las estrategias en #PosicionamientoSEO es fundamental si queremos ser de los primeros a quienes busquen para brindar productos o servicios de nuestras marcas. Y la innovación o branding en campañas específicas serán nuestro fuerte si sabemos las necesidades de nuestros clientes. Escíbeme por DM si necesitas #Asesorías especializadas en el área.</p> <p>#Consultora</p> <p>#EstrategaDigital</p>	
Día 13	17:00 PM	Ventas	Post en feed	<p>¿Necesita algo más? A veces necesitamos productos específicos para potenciar campañas en #Comunicaciones o en #PosicionamientoSEO de marcas personales o empresariales. Escíbeme por DM para cotizaciones personalizadas, será un placer ayudarte.</p> <p>#MarketingDigital</p> <p>#ElSalvador</p>	17
Día 14	16:00 PM	Interacción	Post en feed	<p>Giveaway ¡Una imagen habla más que mil palabras! Quedan pocos días para que puedas ganar 5 piezas visuales/fotográficas para tu marca personal o empresarial. Escribe en una frase porque tú marca impacta en #ElSalvador y comparte este post en tus historias. Fecha de sorteo: 16 de abril por IG LIVE.</p> <p>#MarketingDigital</p>	18

				#Comunicaciones	
Día 15	10:00 AM	Valor	Reels	<p>¿Para qué nos sirve el posicionamiento de marcas?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumenta la fidelidad de los clientes. - Mejora en los ingresos económicos. - El reconocimiento de marca ante otros competidores en el rubro en el que se encuentra. - El compromiso de la productividad organizacional. <p>#Asesorías</p> <p>#PosicionamientoSEO</p> <p>#Marketing</p>	19
	16:00 PM	Branding	Post en feed	<p>Por más de 5 años, el trabajo de #Advocacy ha sido una estrategia de posicionamiento para organizaciones en #ElSalvador, logrando impactar en espacios regionales y dejando huella en cada una de las #Asesorías comunicacionales.</p> <p>La trayectoria habla por sí sola, gracias por formar parte de la marca @jazele_slv</p>	20

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bordonaro, A. (16 de junio de 2021). *WRIKE a citrix company*. Obtenido de <https://www.wrike.com/es/blog/como-crear-un-calendario-editorial/>
- Brenes, P. S. (20 de 05 de 2022). *Impetus*. Obtenido de <http://impetuscr.com/comunicacion-digital/la-comunicacion-en-la-era-digital/>
- Falcó, C. P. (2022). *Branward*. Obtenido de <https://branward.com/branderstand/posicionamiento-de-marca/>
- KONTACTO - Tecnología, Marketing y Comunicaciones*. (Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.kontacto.cl/contenidos/blog/que-es-un-calendario-de-contenidos>
- REZZÓNICO, R. (01 de febrero de 2020). *MED Digital MKT*. Obtenido de <https://www.meddigitalmkt.com/comunicacion/>

ANEXOS

- Pieza grafica 1.



- Pieza grafica 2.



- Pieza grafica 3.1.

Las estrategias digitales son indispensables para el #posicionamientoSEO

ESCRIBE POR DM PARA BRINDARTE UNA ASESORIA ESPECIALIZADA.

- Pieza grafica 3.2.



- **Pieza grafica 4.**



- **Pieza grafica 5.**



- Pieza grafica 6.

MARCAS EN TIEMPOS DE POST-PANDEMIA
¿Y AHORA QUE SIGUE?

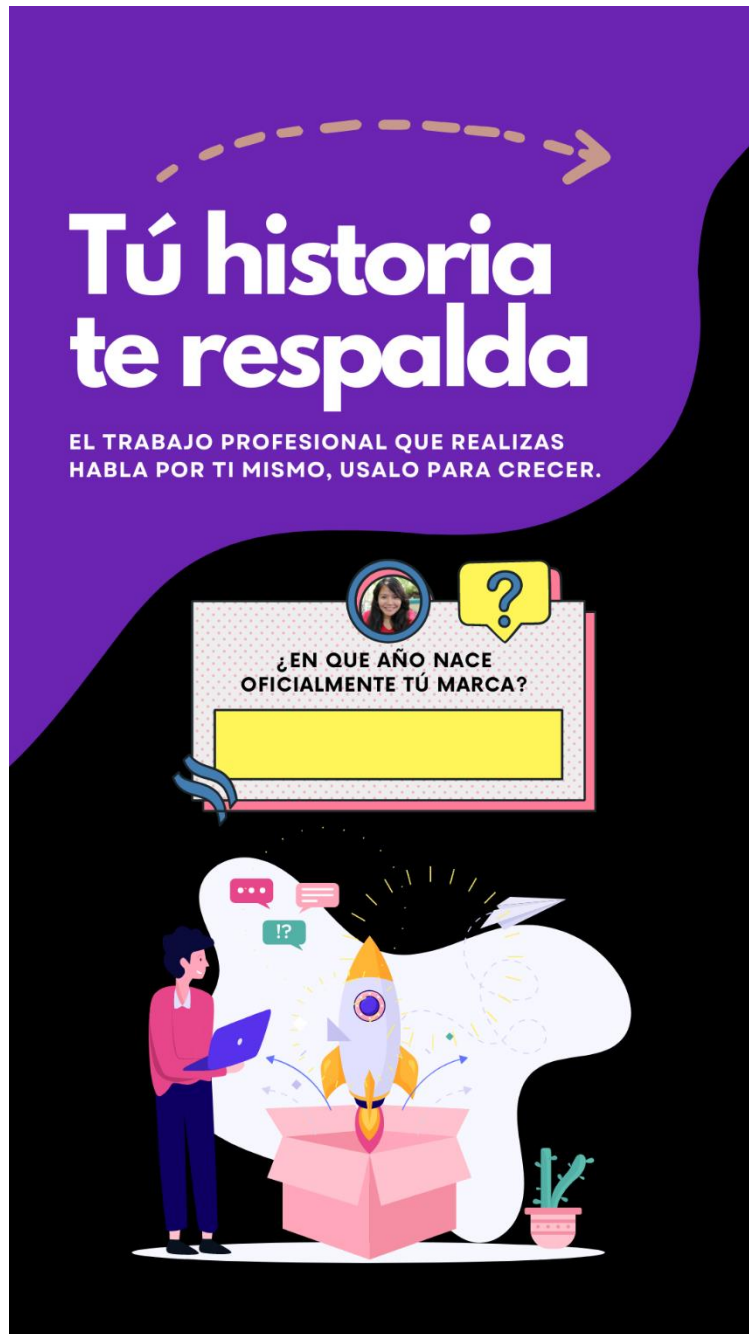
Dominio en las RRSS

WE'RE OPEN

Las redes sociales son la principal herramienta para el posicionamiento SEO de marcas en internet, actualiza tus estrategias en ellas.

The infographic features a red background with a purple circular graphic on the left. At the top right, there is a small yellow square with the initials 'JC'. The main title is in large white letters. Below it, a black rounded rectangle contains the sub-header in yellow. To the right, a red and white polka-dot sign with a hand holding it is inside a white oval with a green border, with the text 'WE'RE OPEN' below it. A cluster of various social media and technology icons (camera, location pin, envelope, Wi-Fi, magnifying glass, speech bubbles, laptop, smartphone, camera, music note, checklist, @ symbol, and a 'POST' button) is arranged in the lower-left quadrant. A text box on the right contains the main message.

- Pieza grafica 7.1



- Pieza grafica 7.2.

El #advocacy como aliado comunicacional

@JAZELE_SLV SE LOGRA IMPONER AL UTILIZAR EL RECURSO DE VOCERIA EN EL LANZAMIENTO PÚBLICO DE LA MARCA, LOGRANDO EL IMPACTO ESPERADO EN LAS AUDIENCIAS ESTRATEGICAS.

ESCRIBEME POR DM PARA ASESORIAS ESPECIALIZADAS

- Pieza grafica 8.

**DÍAS DE VERANO
CARGADOS CON
DESCUENTOS**
#MARKETINGDIGITAL

Campañas comunicacionales

15%

En productos físicos y digitales

The infographic features a red background with a yellow square logo in the top right corner containing the letters 'TC'. The main title is in large white letters. Below it, a black rounded rectangle contains the text 'Campañas comunicacionales'. A large yellow megaphone is positioned on the left, with a white circle containing '15%' next to it. A cluster of colorful icons including a lightbulb, gift box, target, dollar sign, heart, and gears is centered. A white arrow points from the '15%' circle to a brown oval on the right containing the text 'En productos físicos y digitales'. In the upper right, there is a circular illustration of a beach scene with a sun, clouds, a red and white umbrella, and a blue lounge chair.

- **Pieza grafica 9.**



- **Pieza grafica 10.**



- Pieza grafica 11.1.



- Pieza grafica 11.2.

¿Qué es el #branding de marca?

EL OBJETIVO ES DESPERTAR SENSACIONES Y CREAR CONEXIONES CONSCIENTES E INCONSCIENTES, QUE SERÁN CRUCIALES PARA QUE EL CLIENTE ELIJA SU MARCA

ESCRIBEME POR DM PARA #ASESORIAS ESPECIALIZADAS EN #ESTRATEGIA DIGITAL Y EN #COMUNICACIONES

- **Pieza grafica 12.**



- **Pieza grafica 13.**



- Pieza grafica 14.

PAQUETES QUE NO PUEDES DEJAR PASAR ¡POSICIONA TU MARCA!

Momento de invertir sin gastar mucho

Campañas comunicacionales

Posicionamiento de marcas

The graphic features a purple background with a large red percentage tag icon on the right. A yellow sticky note with the initials 'TC' is in the top right corner. The main text is in white and yellow. Below the main text, there are two sub-sections: 'Campañas comunicacionales' with icons of a smartphone showing a shopping cart, a smartphone showing a dollar sign, and gears; and 'Posicionamiento de marcas' with an illustration of a woman with a megaphone and three people in speech bubbles. A dashed yellow line runs across the bottom of the graphic.

- Pieza grafica 15.1.



- Pieza grafica 15.2.

GIVEAWAY!

¿Cómo participar?

UNA IMAGEN HABLA MÁS QUE MIL PALABRAS

Gana 5 piezas graficas

¡Cuéntanos! ¿Porqué impacta tu marca?

Fecha del sorteo: 16 de abril de 2022.

VE A ESTA PUBLICACIÓN Y COMENTA PORQUE TÚ MARCA IMPACTA EN #ELSALVADOR

FECHA DE SORTEO:
16 DE ABRIL POR IG LIVE

SWIPE UP

- Pieza grafica 16.

PONERSE #TRENDING CON ESTRATEGIAS DIGITALES

Branding de marcas o campañas MKT

Si realizamos un branding a partir de las necesidades de nuestros clientes, estaremos innovando nuestra marca y alcanzando #PosicionamientoSEO

- Pieza grafica 17.

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE ADAPTAN A TU MARCA

Potenciar según tus necesidades

Cada marca es única pero todas desean ser las primeras a las cuales recurrir, escíbeme por DM para #asesorias y cotizaciones personalizadas.

- Pieza grafica 18.



- Pieza grafica 20.



ARTES GRÁFICOS DE BUYER PERSONA

BUYER PERSONA 01

Marta Gonzales

Forma parte de una Organización no Gubernamental (ONG), en el cargo de Gerente de Educación e Innovación educativa. Ha sido responsable de proyectos a nivel nacional en los cuales son necesarias contrataciones externas para visibilización e incidencia comunicacional.



Características

- Rango de edad: 36-45 años.
- Genero: Mujer.
- Estado civil: Casada
- Departamento de residencia: Sonsonate.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado academico alcanzado: Licenciatura.

Temores

- No poder cumplir con los tiempos estipulados en los cronogramas de proyectos.
- Que las campañas de visibilización no logren su objetivo con el público meta.
- Que las personas contratadas no cumpla con los Terminos de Referencia (TDR).

Pasatiempos

- Le gusta convivir con diverso grupos de personas/comunidades.
- Viaja constantemente a zonas del interior del país.
- Interesada en temas que aborden políticas educativas.

BUYER PERSONA 02

Erick Salmerón

Es el Jefe de Mercadotecnia de una empresa privada dedicada principalmente a la venta de repuestos para automóviles. Esta a cargo de la visibilización de la campaña de marca empresarial y de temporadas. El trabajo lo realiza con una persona más en el área y con la contratación de una agencia publicitaria externa.



Características

- Rango de edad: 26-35 años
- Genero: hombre.
- Estado civil: Acompañado
- Departamento de residencia: San Salvador.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado academico alcanzado: Licenciatura.

Temores

- Que las campañas promocionales no tengan el Impacto deseado en ventas.
- No subir la cantidad de nuevos clientes (Independientes o empresariales).
- No tener alcance, interacciones y ventas a través de las redes sociales.


Pasatiempos

- Le apasionan los automóviles, en especial los europeos y de competencia.
- Experto de Juegos de video en consolas y PC.
- Ver películas de estreno de su interés en el cine.

BUYER PERSONA 03

Gabriela Torres

Ella es Diseñadora Gráfica y es especialista en moda y maquillaje. Sus redes sociales son primordiales para los contratos de embajadora de marca que realiza, siendo estas la base de sus ingresos economicos. Ha creado contenido personal, pero no ha tenido el impacto como lo hace con colaboraciones empresariales.



Características

- Rango de edad: 18-25 años
- Genero: Mujer.
- Estado civil: Soltera.
- Departamento de residencia: La Libertad.
- Departamento de empleo: San Salvador.
- Grado academico alcanzado: Tecnico.

Temores

- Que las empresas solo la busquen por su aspecto fisico y no por la calidad de su contenido.
- Que pueda estar en medio de controversias en redes sociales.
- No saber como innovar su marca personal y no obtener nuevos contratos empresariales.

Pasatiempos

- Le gusta realizar nuevos estilos en tendencia de maquillaje.
- Le gusta leer libros relacionados a magia y suspense.
- Realiza ilustraciones de su vida cotidiana.