

Marketing y Contenido

1. ¿Qué es el marketing?

El Marketing es el conjunto de actividades y estrategias que se usan para identificar, satisfacer y mantener las necesidades de los clientes mediante la creación, promoción y venta de productos y servicios. Todas estas actividades sirven también para hacer que el cliente se mantenga fiel a tu marca.



¡¡ IMPORTANTE !!

El marketing implica:

- Una investigación de mercado para entender las necesidades y deseos del consumidor.
- El diseño de los productos y servicios que satisfagan esas necesidades.
- La determinación de precios.
- La selección de canales de distribución.
- La promoción del producto o servicio mediante la publicidad, relaciones públicas, ventas personales, marketing directo y otras tácticas de comunicación.

¿Cómo comunicarte con tus clientes?

El servicio al cliente consiste en determinadas actitudes y reglas para ofrecer a los clientes una increíble experiencia de manera proactiva y dinámica, todo esto con la finalidad de **crear una red de clientes satisfechos y conseguir su fidelización.**

PROMUEVE LA IMAGEN DE TU MARCA

Si ofreces una buena experiencia de servicio tendrás una gran ventaja competitiva. Esto hará que se hable bien de tu marca.

AUMENTA LA LEALTAD

Cuando se realiza un buen servicio al cliente, este preferirá tu marca y se sentirá parte de tu empresa.

AUMENTO DE LAS VENTAS

Un buen servicio brinda la confianza de comprar futuros productos haciendo que los clientes vuelvan de forma orgánica.

AUMENTO DE LA RENTABILIDAD

Se ha demostrado que cuando los clientes se sienten satisfechos los beneficios aumentan más de un 25%.



2. Contenido y redes sociales

Al emplear las redes sociales como una herramienta de marketing, es necesario generar contenido que sea valioso para los usuarios y que no refleje solamente los intereses comerciales de la empresa.

Este contenido se debe diseñar en base a un estudio de la audiencia a la que se dirige, para crear contenido de su interés, poder captar su atención y generar atracción hacia la marca.

1

IDENTIFICA TU PÚBLICO IDEAL

Un público ideal representa un grupo de personas cuyos intereses y datos demográficos se identifican con tu marca. El prototipo de cliente ideal en Marketing también es denominado **BUYER PERSONA**. Para poder identificar a tu público objetivo deberás realizar una investigación y analizar las tendencias de compra.



2

ANALIZA LAS PLATAFORMAS

Existen redes sociales en las que no puedes subir determinados contenidos, o que están optimizadas para contenidos **SEO**, etc. Por tal motivo es importante crear contenidos adaptables para las diferentes redes sociales, para reducir costes y tiempo invertido en procesos creativos.

!! IMPORTANTE !!

Ten en cuenta que al principio tú harás todo, pero deberás crear un equipo profesional para que te ayuden a gestionar tus redes sociales, en un futuro necesitarás un experto en social media management, éste deberá trabajar contigo para crear contenido, también requerirás de un **COMMUNITY MANAGER**.



3. Tipos de contenido

Informativo

Educativo

Publicitario

Entretenimiento

Concientización

Actualidad

De terceros

El análisis de la **audiencia** será útil para entender mejor la psicología del consumidor que interactúa con tus contenidos y la variedad de estos. Tener opciones para todos los gustos incluye el éxito.

MARKETING DICCIONARIO

En la página 82 encontrarás un diccionario de las **palabras y tecnicismos** en color naranja para que puedas entender todo a la perfección!





TRUCOS!

Te daremos algunos consejos para que los apliques

- **Diseño de cuadrícula:** El diseño en cuadrícula es cómo se colocan las publicaciones en el feed.
- **Tema:** Un buen tema es tu personalidad visual, deberás escoger un tema como por ejemplo: minimalista, blanco, colorido, etc...
- **Elige tu contenido:** Se trata de lo que publicas y lo que quieres transmitir.
- **Elige un filtro:** Usar el mismo filtro en tus fotos, existen diferentes apps que sirven para escoger el filtro adecuado como por ejemplo: VSCO, afterlight o snapchat.



VSCO



AFTERLIGHT



SNAPSEED

- **Reorganiza tus publicaciones:** Puedes usar apps que te permiten reorganizar el orden de tus publicaciones y ver como se vería el feed de tu Instagram antes de publicarlo, estas son:



PREVIEW



UNUM

- **Coordina los colores:** Puedes poner el feed de acuerdo a tu imagen corporativa o tener una guía de 2 o 3 colores que siempre usarás en las fotos.
- **El fondo de tus fotos:** Es muy importante mantener el fondo limpio y el fondo no deberá opacar lo que quieres demostrar al público.
- **Calidad:** Las fotos y vídeos que publiques tienen que ser de alta calidad.
- **Portada:** Dan un toque distintivo a tu perfil, además de mejorar su estética haciéndolo más atractivo. Permiten reconocer a los usuarios qué contenido van a encontrar.
- **Copy:** El **copy** es el mensaje que nuestra empresa quiere comunicar a su audiencia, como por ejemplo slogans, guiones, etc. El copywriting en las redes sociales busca como finalidad llamar la atención para resaltarlos y finalmente generar **engagement** en nuestros seguidores.
- **Hashtags:** Los hashtags se utilizan para categorizar contenidos y hacerlos ~~más~~ fáciles de descubrir. Sirven como enlaces, de esta forma tu contenido podrá llegar a más personas.

4. Contenidos que producen engagement

- 1 Publica consejos breves y útiles para tu audiencia.
- 2 Crea tutoriales adaptados a tu audiencia, sobre aquellos temas en los que eres expert@ o algo que se te dé muy bien.
- 3 Crea contenido explicando tus valores como creador de contenido y de tu marca personal. Con este tipo de contenido logras conectar con tu audiencia, generar más confianza y que se sientan familiarizados. Puedes contar tu historia emprendiendo.
- 4 “Detrás de cámaras” normalmente a la mayoría de personas les encanta ver cómo trabajas, cómo es tú día a día, enseñar tú lugar de trabajo o incluso un vídeo espontáneo, natural y gracioso.

5. La publicidad

Una buena estrategia de marketing es fundamental para tu empresa, la publicidad no se trata exclusivamente de dar a conocer nuestros productos, servicios o llamar la atención de los clientes, también se encarga de transmitir un mensaje que impacte. Moldea los pensamientos y los sentimientos de las personas, también las acciones de los consumidores potenciales. Existen diversos tipos de publicidad, que son:



Marketing Diccionario!

COPY: Cuando hablamos de copy nos referimos al mensaje que nuestra empresa quiere comunicar a su audiencia, como por ejemplo slogans, guiones, etc. El copywriting en las redes sociales busca como finalidad llamar la atención para resaltarnos y finalmente generar engagement en nuestros seguidores.

AUDIENCIA: Es el conjunto de individuos/personas que reciben nuestras publicaciones. Se suelen dividir o segmentarse en función de diversas variables como la edad, el sexo o la manera en la que perciben e interactúan con nuestros mensajes.

BUYER PERSONA: Es el cliente ideal para tu marca, son los consumidores que te encantaría atraer con tu producto o servicio. Debes tener claro que para el éxito de cualquier negocio radica en tener muy bien definido su público objetivo.

KEYWORDS: Se refiere a “palabras claves” utilizadas en la búsqueda online en un buscador. Es un término en el cual se pretende atraer tráfico en una web.

SEO: Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube.

COMMUNITY MANAGER: Es el profesional responsable de administrar y construir la comunidad online, gestionar la imagen y la identidad de la marca, crear y mantener relaciones estables y duraderas con los clientes en internet.

ENGAGEMENT: Significa generar un vínculo “emocional” entre tu marca o empresa y tu comunidad en las redes sociales. Gracias a esto los seguidores se animan a interactuar más con la marca, realizando acciones como compartir nuestro contenido, comentar una publicación o dar ‘me gusta’. El engagement es una manera de medir el éxito o el fracaso de una estrategia de marketing en las redes sociales, a mayor engagement, mayor éxito habrá conseguido.



6. Aplicaciones para...

Creación



SNAPSEED: Es una aplicación de edición de fotos, que permite a los usuarios mejorar fotos y aplicar filtros digitales.



CAPCUT: Ofrece funciones de edición de video fáciles de usar, fuentes y efectos gratuitos, funciones avanzadas como subtítulos, y muchas más.



LIGHTROOM: Edita fotos y vídeos de forma rápida y sencilla con filtros preestablecidos o creando el tuyo propio.



CANVA: Es una aplicación muy didáctica donde puedes encontrar infinidad de plantillas para crear el logo de tu marca, folletos, flyers, y más.



PHONTO: Editor de fotos que permite añadir textos de manera personalizada, con más de 400 fuentes disponibles.



PICSART: Editor de fotos. Prueba filtros que son tendencia, desenfoca el fondo, Añade texto en tus fotos con más de 200 fuentes de diseño.



SPLICE: Sencillo pero potente, Splice hace que resulte fácil crear vídeos totalmente personalizados de aspecto profesional con tu móvil.



UNFOLD: Creador de stories. Compagina videoclips en minutos con las plantillas para reels e historias.

Analizar



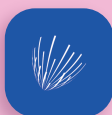
METRICOOOL: Esta herramienta permite planificar contenido y analizar las métricas de distintas redes sociales.



GOOGLE ANALYTICS: Recoge datos de tu sitio web y proporciona estadísticas sobre tu empresa.



INSTAGRAM: Incluye "Insights", una herramienta donde podrás acceder a toda la información de tus publicaciones y audiencia.



ANSWER THE PUBLIC: Sirve para saber lo que preguntan las personas sobre un tema determinado, y lo más buscado sobre ese tema.



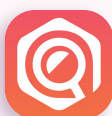
SQUARELOVIN: Es una herramienta gratuita que sirve para analizar tu progreso a lo largo del año.



CROWDFIRE: Para analizar las métricas de Instagram, podrás vincular hasta 3 cuentas y programar publicaciones.



HYPERAUDITOR: Análisis de engagement, calidad de tu audiencia, puedes descubrir las **keywords** más usadas, marcas mencionadas, etc.



ANALISA: Análisis de influencers si en tu marca colaboras con otros perfiles de Instagram.