

# CONTIGO

*Tu negocio es nuestra energía*

NIVEL INTERMEDIO Sesión 4: **SOCIAL MEDIA PLAN**

# SOCIAL MEDIA PLAN



### ÍNDICE DE CONTENIDOS

- ✓ **¿Qué es un Social Media Plan?**
- ✓ **Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan**
  - Mi negocio vs. La competencia
  - Objetivos de marketing en Redes Sociales
  - Público objetivo
  - Canales de comunicación
  - Estrategias por objetivos
  - Diseño y calendarización de acciones
  - Control de la eficacia

# ¿QUÉ ES UN SOCIAL MEDIA PLAN?

## SOS GO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



# ¿QUÉ ES UN SOCIAL MEDIA PLAN?

## SOS GO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

Traducción de los objetivos y estrategias comerciales y de venta de una empresa en acciones concretas incluidas en un calendario de ejecución, con el fin de ganar a la competencia (y, en la medida de lo posible, sin necesidad de competir)

*“La estrategia más inteligente en la guerra consiste en alcanzar el objetivo sin tener que luchar”*  
(Sun Tzu)



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

Semana	Día	Tema	Objetivo	Red Social					Copy (Mensaje)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido				Especificaciones contenido
				YT	FB	IG	TK	WH			Enlace	Texto	Imagen	Vídeo	
S1	Lunes	Frases motivacionales	Engagement												
		Nuevo servicio/producto	Branding					Descubre nuestro nuevo (producto)	#AnaMaria_CL #CristianLay #Facial #Belleza #ModayBelleza					Incluir link a compra y a consulta por Whatsapp	
		Modo de uso nuevo producto	Educación					3 pasos para una piel extra limpia con (producto)	#AnaMaria_CL #CristianLay #Facial #Belleza #ModayBelleza					Vídeo tutorial en Youtube, con réplica en Fb y Tw + Storie en IG.	
	Martes	Preguntas (cuestionario)	Conversación												
	Miércoles	Oferta producto estrella	Venta												
	Jueves														
	Viernes														
	Sábado														
Domingo															
S2	Lunes														
	Martes														
	Miércoles														
	Jueves														
	Viernes														
	Sábado														
	Domingo														

# ¿QUÉ ES UN SOCIAL MEDIA PLAN?

## SOS GO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

---

### ¿QUÉ SON LOS SOCIAL MEDIA?

BLOGS | FOROS | MICROBLOGS | MEDIOS SOCIALES MÓVILES  
SERVICIOS DE COMPARTICIÓN MULTIMEDIA | REDES SOCIALES

### La elaboración de tu Social Media Plan, requiere:

1. Estudio y análisis exhaustivo del contexto
2. Planificación precisa

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## MARKETING DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

- ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan
  1. **Mi negocio vs. La competencia** □ ¿Cómo es mi negocio?
  2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
  3. Público objetivo
  4. Canales de comunicación
  5. Estrategias por objetivos
  6. Diseño y calendarización de acciones
  7. Control de la eficacia



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

---

### 1. MI NEGOCIO VS. LA COMPETENCIA

¿Qué sabes del sector?

¡TENDENCIAS!

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



### FICHA DE CRECENCIALES DE MI NEGOCIO (marca / productos / servicios)

- Nombre de la **marca/submarca**
- Historia** (inspiración del pseudónimo, arquetipo de la marca personal...)
- ¿**Qué** vende? (enumera aquí los servicios/productos)
- ¿**Dónde**? (identifica el ámbito geográfico ¿Tienda física / ecommerce?)
- ¿**Canales** de comunicación? (indica cuáles - online/offline)
- ¿Presencia en el **ámbito digital**? (enumera los canales en los que tiene presencia y analiza la imagen transmitida)
- ¿**Durabilidad** media?
- ¿Es un servicio **estacional**? (indica los periodos de mayor demanda)
- ¿**Reconocimiento** de marca? (en general, ¿es reconocible/recordable por el público objetivo?)
- ¿**Qué NO** es tu negocio? (señala qué actividades pueden llevar a confusión)
- Propuesta de Valor** (valor diferencial)



### FICHA DE CRECENCIALES DE MI COMPETENCIA (marca / productos / servicios)

- Nombre de la **marca y submarca**
- ¿**Qué** vende? (enumera aquí los servicios/productos)
- ¿**Dónde**? (identifica el ámbito geográfico ¿Tienda física / ecommerce?)
- ¿**Canales** de comunicación? (indica cuáles - online/offline)
- ¿**Presencia en el ámbito digital**? (enumera los canales en los que tiene presencia y analiza la imagen transmitida)
- Producto Estrella** (nombre, tipo precio...)
- Público objetivo**
- Posicionamiento de marca** (personalidad, tono de comunicación...)
- Propuesta de Valor** (valor diferencial)

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



### FICHA DE CRECENCIALES DE MI COMPETENCIA (entorno digital)

VARIABLES CUANTITATIVAS													
Facebook	Seguidores		Frecuencia de publicaciones	tipo de contenido					Engagement semanal				
	# actual de fans	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales	Foto	Video	Texto	Infografía	Audio	Me gusta	Comentarios	Share	Publicaciones muro de fans	Personas hablando sobre esto
Tu marca													
Competencia #1													
Competencia #2													
Competencia #3													
Competencia #4													
Competencia #5													
Instagram	Seguidores		Frecuencia de publicaciones	Tipo de contenido					Engagement semanal				
	# actual de seguidores	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales	Foto	Video	Infografía	Story/foto	Story/video	Me gusta	Comentarios	Share		
Tu marca													
Competencia #1													
Competencia #2													
Competencia #3													
Competencia #4													
Competencia #5													

**¡A MÁS INTERACCIÓN, MÁS ENGAGEMENT Y, POR LO TANTO, MÁS POSIBILIDADES DE VENTAS FINALES!**

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



### FICHA DE CRECENCIALES DE MI COMPETENCIA (entorno digital)

	VARIABLES CUALITATIVAS									
Facebook	Social Customer Service						Tipo de promociones			
	Si responden	No responden	Tiempo respuesta	Cantidad de respuestas	Sentimiento positivo	Sentimiento negativo	Cupones	Descuentos	Concursos	Sorteos
Tu marca										
Competencia #1										
Competencia #2										
Competencia #3										
Competencia #4										
Competencia #5										
Instagram							Tipo de promociones			
							Cupones	Descuentos	Concursos	Sorteos
Tu marca										
Competencia #1										
Competencia #2										
Competencia #3										
Competencia #4										
Competencia #5										

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

ESTUDIO DE **CONTEXTO** (DAFO) □ DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

MI NEGOCIO Vs. COMPETENCIA



SECTOR / TENDENCIAS VS. MI NEGOCIO

¡REFLEXIONA!



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan

1. Mi negocio vs. La competencia
2. **Objetivos de marketing en Redes Sociales** □ ¿Qué quiero conseguir?
3. Público objetivo
4. Canales de comunicación
5. Estrategias por objetivos
6. Diseño y calendarización de acciones
7. Control de la eficacia

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

## 2. OBJETIVOS DE MARKETING

En redes sociales...

¡DEJA DE BUSCAR SEGUIDORES!

CONCÉNTRATE EN CONSEGUIR INTERACCIÓN

“Un signo revelador de una métrica vanidosa es que la métrica siempre está creciendo”  
(Nielsen Norman Group)





## 2. OBJETIVOS DE MARKETING

### POR FASE

- **NOTORIEDAD / VISIBILIDAD**  
(identificación/posicionamiento en el mercado)
- **INFORMACIÓN / CONOCIMIENTO** (beneficios)
- **EDUCACIÓN** (valoración)
- **CONEXIÓN** (confianza)
- **CONSIDERACIÓN** (opción)
- **ACCIÓN** (interacción)
- **ADQUISICIÓN** (compra)
- **FIDELIZACIÓN** (repetición)
- **REACTIVACIÓN** (regreso)

### POR MÉTRICA

- **HACER BRANDING** (top of mind/ recordable)
- **AUMENTAR COMUNIDAD** (vanidad / imagen pública)
- **MEJORAR REPUTACIÓN** (imagen pública)
- **AMPLIAR BBDD CLIENTES POTENCIALES** (captación leads)
- **MEJORAR ENGAGEMENT** (interacción)
- **GANAR CUOTA DE MERCADO** (más ventas vs. competencia)

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 2. OBJETIVOS DE MARKETING



«Aumentar la cantidad de leads calificados de 300 a 3000, en un período de 6 meses, con la creación de 5 nuevas ofertas de contenido»

**S:** Aumentar la cantidad de leads calificados

**M:** de 300 a 3000 (aumento del 900%)

**A:** con la creación y publicación de 5 nuevas ofertas

**R:** (aumentar las posibilidades de venta)

**T:** en un período de 6 meses

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DESIGN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

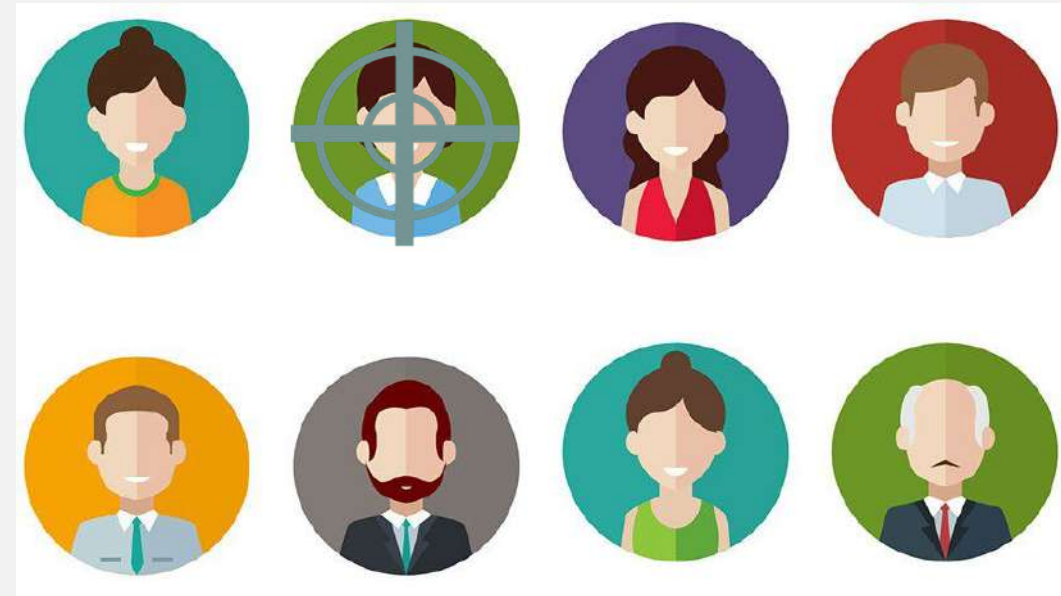
- ✓ **Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan**
  1. Mi negocio vs. La competencia
  2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
  - 3. Público objetivo** □ ¿A quién he de dirigirme?
  4. Canales de comunicación
  5. Estrategias por objetivos
  6. Diseño y calendarización de acciones
  7. Control de la eficacia



### 3. PÚBLICO OBJETIVO

Si no conoces a tu cliente... no tienes clientes.

- ✓ **DATOS DEMOGRÁFICOS:** edad, sexo, ubicación, trabajo,...
- ✓ **CONTENIDOS:** gustos (“me gusta”, RT...), interés (interacciones: comentarios, clics...), tono/jerga...
- ✓ **INTERESES:** otras marcas/perfiles, canales digitales de información, preferencia en productos, palabras clave...
- ✓ **PREOCUPACIONES:** miedos, barreras, necesidades...
- ✓ **OTROS DATOS:** estilo de vida, círculo de amistad, datos de consumo, motivaciones/deseos...



**Un mismo producto puede dirigirse a distintos segmentos de mercado.**

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## MARKETING DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan

1. Mi negocio vs. La competencia
2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
3. Público objetivo
- 4. Canales de comunicación** □ ¿Dónde les encuentro? / ¿Dónde actuar?
5. Estrategias (por objetivos)
6. Diseño y calendarización de acciones (por canales)
7. Control de la eficacia

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

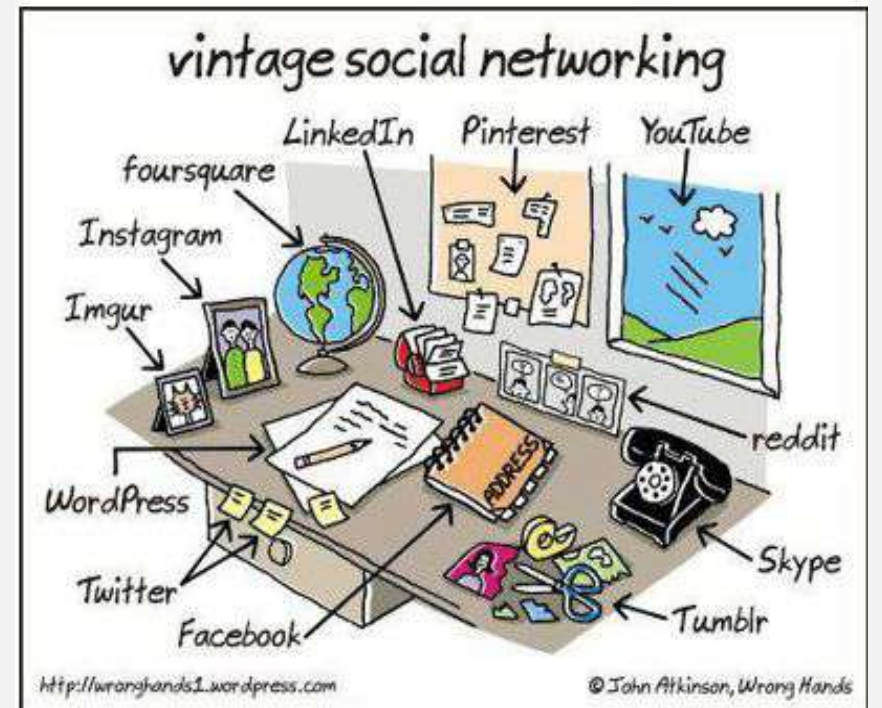
## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 4. CANALES DE COMUNICACIÓN

LAS 3 CLAVES PARA SELECCIONAR LOS CANALES MÁS EFICACES

¿CON CUÁL ME QUEDO?

1. ¿DÓNDE ESTÁ MI CLIENTE? (TIPO DE RED SOCIAL)
2. INVERSIÓN EN TIEMPO Y DINERO
3. LAS MÁS USADAS



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## MARKETING DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan

1. Mi negocio vs. La competencia
2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
3. Público objetivo
4. Canales de comunicación
5. **Estrategias (por objetivos)** □ ¿Qué caminos voy a tomar? / ¿Cómo lo voy a conseguir?
6. Diseño y calendarización de acciones (por canales)
7. Control de la eficacia

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DESIGN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 5. ESTRATEGIAS POR OBJETIVOS

#### OBJETIVO

¿QUÉ QUERO CONSEGUIR? □ ¿A QUIÉN ME DIRIJO? / ¿DÓNDE LE ENCUENTRO? □ ¿CÓMO LO VOY A CONSEGUIR?

¿Dónde quieres estar?



#### ESTRATEGIA

¿Cómo llegar hasta allí?  
¿Qué camino vas a coger?  
¿Qué necesitas?



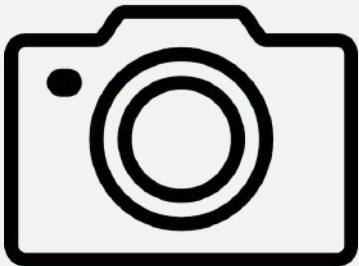


# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 5. ESTRATEGIAS POR OBJETIVOS

#### ESTRATEGIA / OBJETIVO: "BRANDING"



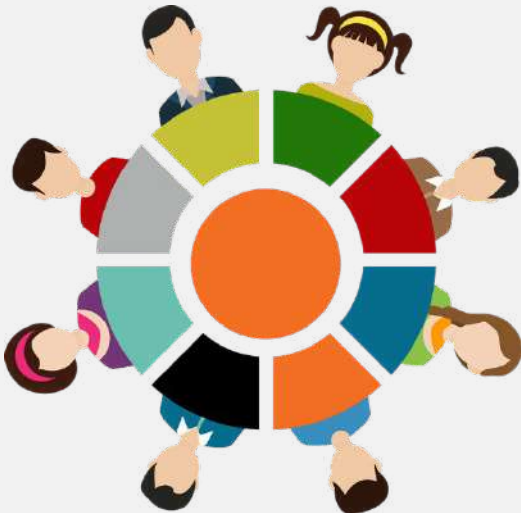
- Branding visual de la **marca** en redes sociales.
- Definir las palabras claves de la marca y el **hashtag** a utilizar.
- Crear campañas de **publicidad** para aumentar la **notoriedad** de la marca.
- Definir una estrategia de presencia en **foros** y **blogs**.
- Gestionar un **blog activo** de la marca con contenido de interés.
- Conseguir presencia de marca en **eventos** relacionados aunque sea como colaboradores.
- Realizar acciones de **co-branding** con otras marcas.
- Utilizar **influyentes** de marca para ayudar a promocionar mi marca.

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 5. ESTRATEGIAS POR OBJETIVOS

#### ESTRATEGIA / OBJETIVO: "COMUNIDAD"

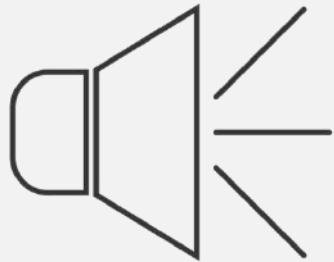


- Crear campañas de **publicidad** para aumentar **seguidores** en redes sociales.
- Crear **concursos** para atraer a nuevos seguidores.
- Generar **promociones** virales (que incentiven a ser compartidas).
- Gestionar un **blog activo** de la marca con contenido de interés y relacionado a la marca.
- Utilizar **influentes** de marca para ayudar a promocionar mi marca.



### 5. ESTRATEGIAS POR OBJETIVOS

#### ESTRATEGIA / OBJETIVO: "PROMOCIÓN"



- Crear campañas de **publicidad** para promocionar los productos o servicios de la marca.
- **Publicar**/Generar **promociones** virales (que incentiven a ser compartidas).
- Crear **concursos** para sortear el producto o servicio y así promocionarlo.
- Hacer publicaciones para dar a conocer las **características de los productos** o servicios de la marca.
- Crear campañas de **email-marketing** / **whatsapp** con la base de datos para promocionar.
- Realizar acciones conjuntas con otras marcas.
- Utilizar **influentes** de marca para ayudar a promocionar mi marca.

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan

1. Mi negocio vs. La competencia
2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
3. Público objetivo
4. Canales de comunicación
5. Estrategias (por objetivos)
6. **Diseño y calendarización de acciones (por canales)**  Exactamente... ¿qué tengo que hacer cada día y dónde?
7. Control de la eficacia

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 6. DISEÑO Y CALENDARIZACIÓN DE ACCIONES

#### OBJETIVO

¿QUÉ QUERO CONSEGUIR?

¿Dónde quieres estar?



#### ESTRATEGIA

¿CÓMO LO VOY A CONSEGUIR?

¿Qué camino voy a coger?



#### ACCIONES

¿QUÉ PASOS HE DE DAR?

¿Cómo lo voy a hacer?



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



### 6. DISEÑO Y CALENDARIZACIÓN DE ACCIONES

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES → ¿Cuándo?
<p><b>CONEXIÓN (engagement):</b></p> <p>Llegar a octubre con un aumento de un 30% en la interacción de los seguidores con la marca en las redes sociales.</p>	<p><b>PROMOCIÓN:</b> Crear sorteos y concursos.</p>	<p>Sorteo del producto en Instagram (requisitos: me gusta, mención a amigo/a e storie etiquetado)</p>
	<p><b>PROMOCIÓN:</b> Lanzar campañas publicitarias.</p>	<p>Campaña en Facebook Ads e Instagram ofreciendo un descuento del 15% (inversión total: 80€).</p>
	<p><b>COMUNIDAD:</b> Contenido de interés y atractivo para el público potencial (potencial de viralización alto)</p>	<p>Publicación de contenidos en FB e IG: imágenes que ofrecen trucos fáciles y útiles utilizando algún producto de la marca</p> <p>Vídeos divertidos en TikTok jugando con los productos</p> <p>Publicación de pequeños cuestionarios en los stories de IG para la resolución de dudas acerca del uso de productos concretos</p>

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO



Semana	Día	Tema	Objetivo	Red Social					Copy (Mensaje)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido				Especificaciones contenido
				YT	FB	IG	TK	WH			Enlace	Texto	Imagen	Vídeo	
S1	Lunes	Frases motivacionales	Engagement												
		Nuevo servicio/producto	Branding						Descubre nuestro nuevo (producto)	#AnaMaria_CL #CristianLay #Facial #Belleza #ModayBelleza					Incluir link a compra y a consulta por Whatsapp
		Modo de uso nuevo producto	Educación						3 pasos para una piel extra limpia con (producto)	#AnaMaria_CL #CristianLay #Facial #Belleza #ModayBelleza					Vídeo tutorial en Youtube, con réplica en Fb y Tw + Storie en IG.
	Martes	Preguntas (cuestionario)	Conversación												
	Miércoles	Oferta producto estrella	Venta												
	Jueves														
	Viernes														
	Sábado														
Domingo															
S2	Lunes														
	Martes														
	Miércoles														
	Jueves														
	Viernes														
	Sábado														
	Domingo														

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## PLAN DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### ✓ Los 7 pasos para diseñar tu Social Media Plan

1. Mi negocio vs. La competencia
2. Objetivos de marketing en Redes Sociales
3. Público objetivo
4. Canales de comunicación
5. Estrategias (por objetivos)
6. Diseño y calendarización de acciones (por canales)
7. **Control de la eficacia** □ ¿Cómo sé si lo estoy consiguiendo?



# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## MARKETING DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 7. CONTROL DE EFICACIA

¡Tan solo el 5% de los planes de marketing son eficaces en su primera versión!



La **ventaja** de la comunicación online es que es la forma de publicidad más **cuantificable**

# LOS 7 PASOS PARA DISEÑAR TU SOCIAL MEDIA PLAN

## DISEÑO DIGITAL NIVEL INTERMEDIO

### 7. CONTROL DE EFICACIA

#### MÉTRICAS BÁSICAS

##### MÉTRICAS DE COMUNIDAD

Nuevos seguidores/fans

Nuevos suscriptores

##### MÉTRICAS DE ENGAGEMENT

Me gusta

Comentarios

Compartir/Replies/Favoritos

Menciones

Visitas

##### MÉTRICAS DE CONVERSIÓN

Clics en enlaces

Cumplimentación de formularios

Ventas online

Descargas de contenidos gratuitos

### EVALUACIÓN

<https://forms.gle/SnJ9SrfSwCLhefKN7>

# GRACIAS POR TU ATENCIÓN

**¡Hasta la próxima!**



@mafaldahm



<https://www.linkedin.com/in/mafaldaherrera/>



mafaldahm@agente360.com

endesa  Youth Business  
Spain