

## PLAN DE MARKETING DIGITAL TV AZTECA 2025

=====

Dirección de Marketing Digital y Redes Sociales  
Estrategia Anual de Transformación Digital

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2025

-----

#### OBJETIVO PRINCIPAL:

Consolidar a TV Azteca como el broadcaster mexicano líder en ecosistema digital, aumentando el engagement y generando nuevas fuentes de ingreso a través de plataformas digitales.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Incrementar followers en redes sociales: +25%
2. Aumentar engagement rate promedio: +30%
3. Generar 100M de views mensuales en YouTube
4. Alcanzar 50M de usuarios únicos en streaming
5. Desarrollar 5 nuevos productos digitales
6. Incrementar ingresos digitales: +40%

### ANÁLISIS DEL ECOSISTEMA DIGITAL

-----

#### PANORAMA ACTUAL:

- 89% de mexicanos usan redes sociales diariamente
- 78% consume video en línea semanalmente
- 65% prefiere contenido en vivo vs on-demand
- 82% usa smartphone como dispositivo principal
- 45% sigue a marcas de medios en redes sociales

#### POSICIONAMIENTO COMPETITIVO:

TV Azteca vs Competencia (Seguidores totales):

- TV Azteca: 72M seguidores
- Televisa: 85M seguidores
- Imagen TV: 8M seguidores
- Multimedios: 12M seguidores

#### OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS:

- Crecimiento de TikTok (+150% anual)
- Auge del contenido vertical
- Podcast market expansion
- Gaming y esports
- Shopping social commerce

## ESTRATEGIA POR PLATAFORMA

---

### FACEBOOK (Meta):

Seguidores objetivo 2025: 25M (+15%)

#### Estrategia:

- Contenido de valor: Recetas, tips, noticias
- Live streaming de eventos especiales
- Facebook Watch: Series exclusivas
- Grupos temáticos por programas
- Shopping integrado con ecommerce

#### Tipos de contenido:

- Videos verticales: 40%
- Transmisiones en vivo: 25%
- Carousels informativos: 20%
- Stories interactivos: 15%

#### Métricas clave:

- Engagement rate objetivo: 8.5%
- Reach semanal: 45M personas
- Video completion rate: 75%
- Share rate: 12%

### INSTAGRAM:

Seguidores objetivo 2025: 18M (+30%)

#### Estrategia:

- Stories diarios por programa
- Reels trending con música popular
- IGTV para contenido largo
- Instagram Shopping
- Colaboraciones con influencers

#### Contenido prioritario:

- Behind the scenes: 35%
- Reels entretenimiento: 30%
- Stories interactivos: 20%
- IGTV exclusivos: 15%

#### Métricas clave:

- Engagement rate objetivo: 12%
- Story completion rate: 65%
- Reels average views: 500K

- Shopping click-through: 5.2%

#### TIKTOK:

Seguidores objetivo 2025: 15M (+200%)

##### Estrategia:

- Contenido viral y trends
- Challenges sponsored
- Duetos con conductores
- Comedy sketches
- Micronoticias impactantes

##### Formato de contenido:

- Challenges y trends: 40%
- Comedy y entretenimiento: 30%
- News en formato TikTok: 20%
- Behind the scenes: 10%

##### Métricas clave:

- Engagement rate objetivo: 18%
- Average views per video: 2M
- Hashtag challenge participation: 100K
- Viral videos monthly: 5

#### YOUTUBE:

Suscriptores objetivo 2025: 12M (+25%)

##### Estrategia:

- Canal principal consolidado
- Canales específicos por programa
- YouTube Shorts estrategia
- Monetización optimizada
- Premieres para eventos especiales

##### Tipos de contenido:

- Programas completos: 30%
- Highlights y mejores momentos: 25%
- YouTube Shorts: 25%
- Contenido exclusivo: 20%

##### Métricas clave:

- Views mensuales objetivo: 100M
- Watch time promedio: 8 minutos
- CTR (Click-through rate): 12%
- RPM (Revenue per mille): \$2.50

## TWITTER (X):

Seguidores objetivo 2025: 8M (+20%)

Estrategia:

- Breaking news en tiempo real
- Live tweeting de eventos
- Trending topics participation
- Spaces para discusiones
- Customer service integration

Contenido prioritario:

- Breaking news: 40%
- Program promotion: 25%
- Engagement con audiencia: 20%
- Trending topics: 15%

Métricas clave:

- Engagement rate objetivo: 6.8%
- Retweet rate: 8.5%
- Trending topics monthly: 12
- Customer response time: <30 min

## LINKEDIN:

Seguidores objetivo 2025: 500K (+100%)

Estrategia:

- Contenido corporativo
- Thought leadership
- Recruitment branding
- Industry insights
- Executive visibility

Contenido enfocado:

- Corporate news: 30%
- Industry insights: 25%
- Company culture: 25%
- Executive content: 20%

## CONTENIDO Y PRODUCCIÓN

-----

### CONTENT FACTORY:

- Equipo de producción: 35 personas
- Estudios de grabación: 3 especializados
- Equipos móviles: 8 unidades
- Post-producción: 12 editores especializados

- Motion graphics: 6 diseñadores

## TIPOS DE CONTENIDO:

### ENTRETENIMIENTO:

- Behind the scenes de programas
- Bloopers y momentos divertidos
- Challenges con conductores
- Parodias y sketches
- Memes y contenido viral

### INFORMATIVO:

- Breaking news formato digital
- Explainers e infografías
- Live coverage de eventos
- Fact-checking visual
- Análisis en formato corto

### EDUCATIVO:

- Tutoriales de cocina VLA
- Tips de salud y ejercicio
- Finanzas personales
- Cultura general
- Idiomas y pronunciación

### INTERACTIVO:

- Q&A con conductores
- Polls y encuestas
- Live chats durante programas
- User-generated content
- Concursos y dinámicas

## CALENDARIO EDITORIAL

-----

### PROGRAMACIÓN SEMANAL:

Lunes: Motivation Monday (contenido inspiracional)  
Martes: Tutorial Tuesday (contenido educativo)  
Miércoles: Wisdom Wednesday (noticias análisis)  
Jueves: Throwback Thursday (contenido nostálgico)  
Viernes: Fun Friday (entretenimiento y humor)  
Sábado: Saturday Specials (eventos y shows)  
Domingo: Sunday Funday (familia y lifestyle)

#### CAMPAIGNS ESPECIALES:

- Enero: "Nuevos Propósitos TV Azteca"
- Febrero: "Mes del Amor" (San Valentín)
- Marzo: "Mes de la Mujer"
- Abril: "Semana Santa Digital"
- Mayo: "Día de las Madres Celebration"
- Junio: "Summer Vibes"
- Julio: "Vacaciones con Azteca"
- Agosto: "Regreso a Clases"
- Septiembre: "Mes Patrio Digital"
- Octubre: "Octubre de Terror"
- Noviembre: "Gratitud y Tradiciones"
- Diciembre: "Navidad Azteca"

#### TECNOLOGÍA Y HERRAMIENTAS

-----

##### PLATAFORMAS DE GESTIÓN:

- Social Media Management: Hootsuite Enterprise
- Analytics: Sprout Social, Native Analytics
- Design: Adobe Creative Cloud, Canva Pro
- Video editing: Final Cut Pro, Adobe Premiere
- Project management: Monday.com

##### HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS:

- Social listening: Brandwatch
- Competitor analysis: Socialbakers
- Hashtag tracking: Hashtagify
- Influencer discovery: Klear
- Performance tracking: Google Analytics 4

##### AUTOMATIZACIÓN:

- Chatbots: ManyChat, Chatfuel
- Scheduling: Later, Buffer
- Email marketing: Mailchimp
- CRM integration: HubSpot
- Workflow automation: Zapier

#### INFLUENCER MARKETING

-----

##### ESTRATEGIA DE INFLUENCERS:

- Micro-influencers (10K-100K): 60%
- Mid-tier influencers (100K-1M): 30%

- Macro-influencers (+1M): 10%

#### CATEGORÍAS PRIORITARIAS:

- Entretenimiento y celebridades
- Food & lifestyle bloggers
- Fitness y salud
- Tecnología y gaming
- Noticias y política

#### COLABORACIONES TIPO:

- Sponsored posts
- Product placement
- Event attendance
- Content takeovers
- Brand ambassadorships

#### PRESUPUESTO ANUAL:

- Influencer marketing: \$2M USD
- Paid advertising: \$5M USD
- Content production: \$3M USD
- Tools and technology: \$800K USD
- Events and activations: \$1.2M USD

#### MÉTRICAS Y KPIs

-----

#### MÉTRICAS PRINCIPALES:

- Total followers: +25% (90M objetivo)
- Engagement rate promedio: 10.5%
- Monthly video views: 150M
- Website traffic from social: +45%
- Social commerce revenue: \$5M USD

#### MÉTRICAS POR CANAL:

##### Facebook:

- Reach: 50M personas/semana
- Engagement rate: 8.5%
- Video completion: 75%
- Click-through rate: 3.2%

##### Instagram:

- Engagement rate: 12%
- Story completion: 65%
- Reels average views: 500K

- Shopping CTR: 5.2%

#### TikTok:

- Engagement rate: 18%
- Average views: 2M per video
- Viral videos: 5/mes
- Follower growth rate: 15%/mes

#### REPORTING Y ANÁLISIS:

- Reportes diarios de performance
- Análisis semanal de trends
- Reportes mensuales ejecutivos
- Análisis trimestral competitivo
- Auditoría anual completa

#### CRISIS MANAGEMENT DIGITAL

-----

#### PROTOCOLO DE CRISIS:

1. Detección y evaluación (0-30 min)
2. Activación del equipo (30-60 min)
3. Respuesta inicial (1-2 horas)
4. Estrategia de comunicación (2-6 horas)
5. Monitoreo y ajustes (continuo)

#### EQUIPO DE RESPUESTA:

- Community Manager Senior
- Director de Marketing Digital
- Legal Affairs Representative
- PR Specialist
- Executive Approval (C-level)

#### HERRAMIENTAS DE MONITOREO:

- Mention alerts en tiempo real
- Sentiment analysis automático
- Hashtag tracking negativo
- Competitor monitoring
- News media surveillance

#### INNOVACIÓN Y TENDENCIAS

-----

#### TECNOLOGÍAS EMERGENTES:

- Realidad aumentada en Stories



- Inteligencia artificial para contenido
- Blockchain para verificación
- NFTs para contenido exclusivo
- Metaverso y virtual events

#### NUEVOS FORMATOS:

- Podcast video en YouTube
- Live shopping en Instagram
- Short-form documentaries
- Interactive storytelling
- User-generated campaigns

#### PARTNERSHIP Y COLABORACIONES:

- Tech startups mexicanas
- International broadcasters
- Gaming companies
- E-commerce platforms
- Educational institutions

#### PRESUPUESTO 2025

-----

#### DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA:

- Paid advertising: \$5M (42%)
- Content production: \$3M (25%)
- Influencer marketing: \$2M (17%)
- Technology & tools: \$800K (7%)
- Events & activations: \$1.2M (9%)

#### ROI ESPERADO:

- Revenue digital directo: \$15M
- Brand value increase: \$25M
- Cost savings efficiency: \$3M
- New audience acquisition: \$8M

#### CONTACTO MARKETING DIGITAL

-----

Dirección Marketing Digital: 55-1720-1313 ext. 8000  
Email: [marketing.digital@tvazteca.com](mailto:marketing.digital@tvazteca.com)  
Director: Lic. Ana Patricia Ruiz  
Social Media Manager: Lic. Carlos Eduardo Morales  
Community Management: [comunidad@tvazteca.com](mailto:comunidad@tvazteca.com)