



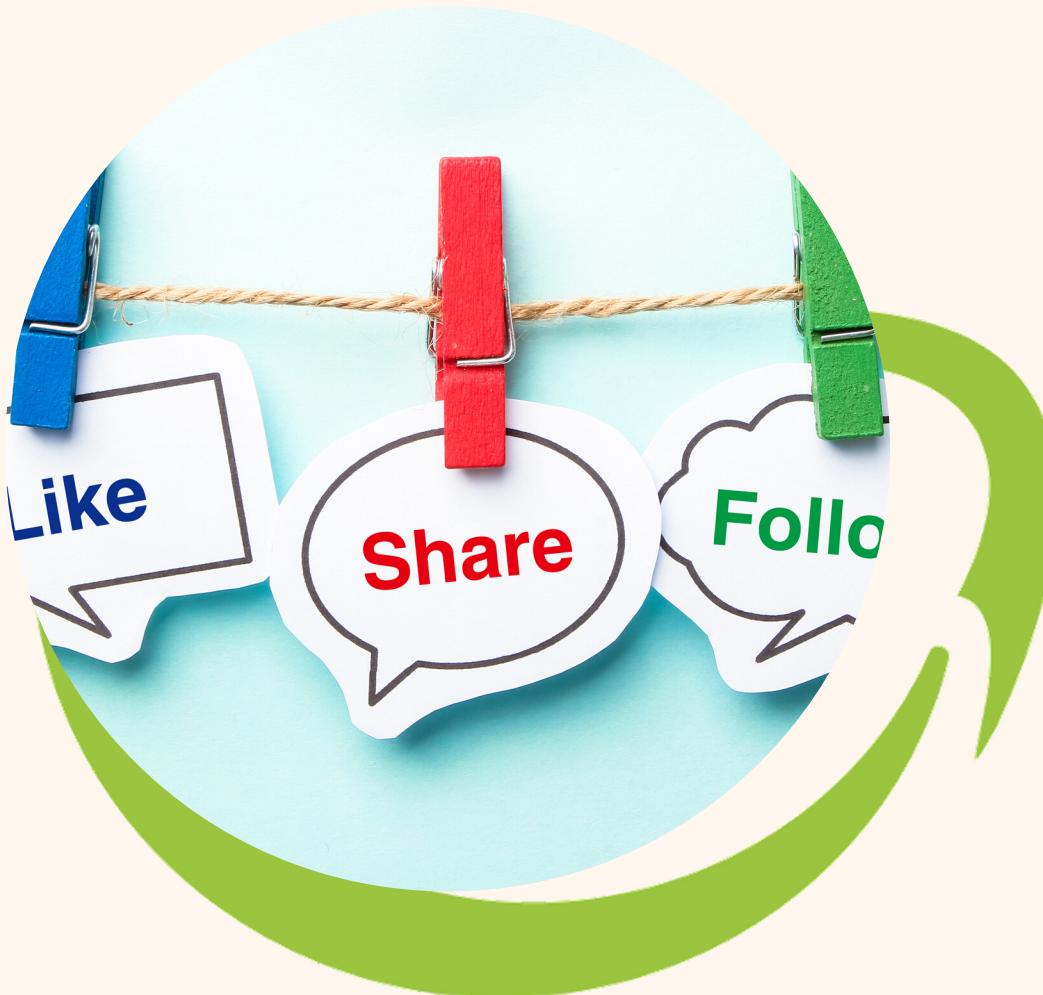
Marketing digital

COMMUNITY MANAGEMENT

TELOCREO STUDIO

TELOCREO

¿Qué aprenderás?



CONTENIDO

- Branding 2.0
- La estrategia adecuada.
- Contenidos creativos que no le temen al algoritmo.
- Contenidos multifacéticos
Manejar y planificar tus rrss.
- Convertir seguidores en clientes.
- Tomar decisiones en base a las métricas

¿Qué son las RRSS?

PARA TI (como usuario)

Son el nuevo punto de encuentro, un medio para estar conectado con tus familiares y amigos.

PARA TI (como marca)

Son un canal de comunicación para conectar con tu público objetivo y lograr que tu marca sea recordada.

¿Qué NO
son las
RRSS?



LAS REDES SOCIALES
NO SON UN CANAL DE
VENTA DIRECTA!





¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER?

Es el encargado de gestionar las redes sociales y su principal labor es **humanizar la marca** y crear engagement (enganchar crear lazos) entre la marca y su público.



Funciones

DEL COMMUNITY MANAGER

ACCIONES DE
COMUNICACIÓN



MONITOREAR LA ACTIVIDAD
ONLINE



ESCuchar Y CHARLAR
CON LA COMUNIDAD



ANALIZAR LA COMPETENCIA



ANALIZAR ESTADÍSTICAS



IDENTIFICAR TENDENCIAS



SER CREATIVO



GESTIONA CRISIS



GENERAR ENGAGEMENT

“
La razón de
estar en redes
sociales.

PARA ESTAR DONDE ESTA MI
AUDIENCIA

”

JAN
2019

ARGENTINA

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE


 TOTAL
POPULATION

44.90
MILLION

URBANISATION:

92%

 MOBILE
SUBSCRIPTIONS

60.51
MILLION

vs. POPULATION:

135%

 INTERNET
USERS

41.59
MILLION

PENETRATION:

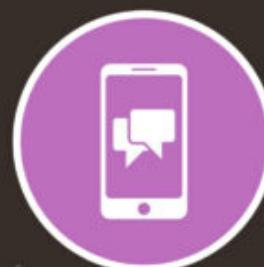
93%

 ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS

34.00
MILLION

PENETRATION:

76%

 MOBILE SOCIAL
MEDIA USERS

31.00
MILLION

PENETRATION:

69%

JAN
2019

SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCES

A COMPARISON OF THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS


 TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON FACEBOOK
(MONTHLY ACTIVE USERS)

32.00
MILLION

 FEMALE
53%

 MALE
47%

 TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON INSTAGRAM
(MONTHLY ACTIVE USERS)

16.00
MILLION

 FEMALE
55%

 MALE
45%

 TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON TWITTER
(MONTHLY ACTIVE USERS)

4.20
MILLION

 FEMALE
37%

 MALE
63%

 TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON SNAPCHAT
(MONTHLY ACTIVE USERS)

2.75
MILLION

 FEMALE
72%

 MALE
26%

 TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON LINKEDIN
(REGISTERED MEMBERS)

6.80
MILLION

 FEMALE
49%

 MALE
51%

PASOS A SEGUIR

PARA LLEGAR A

- Saber que vendo realmente.
propuesta de valor
- Que trasmite mi marca
Branding
- Quien es mi cliente
Buyer persona
- Establecer objetivos
- Armar una estrategia
- Tomar acciones, medir, optimizar

Plan de marketing





¿Qué compra la gente cuando te compra?

Tu propuesta única de valor conjuga tu propósito como tu diferencial.



Identidad de marca



BRAND
DESIGN
LOGO
MARKETING
VALUE
TRUST
IDENTITY

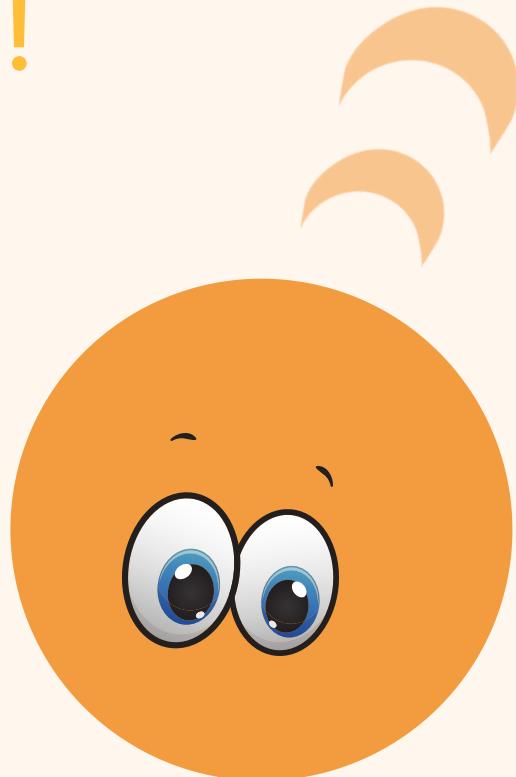
Una marca con
identidad te permitirá
hacer más sencilla su
comercialización y
puede ser la
diferencia entre el
éxito y el fracaso.

SIN MIEDO A SEGMENTAR!

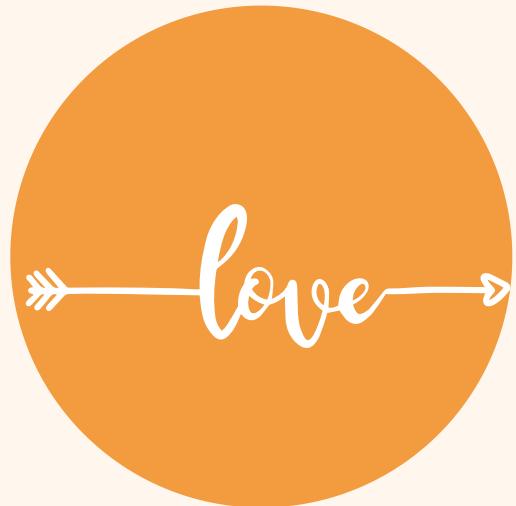
TU BUYER PERSONA



CONOCELO



CAPTA SU
ATENCIÓN



CONQUISTALO

¿Qué es lo que quieres lograr o evitar? Las respuestas a esta pregunta son los objetivos. ¿Cómo usted logrará los resultados deseados? La respuesta a esto se puede llamar a la estrategia

-William E. Rothschild.



¿En que etapa estamos?



- RECONOCIMIENTO / AWARENESS
- INTERÉS
- ENGAGEMENT
- ACCIÓN
- RETENCIÓN





Define los objetivos

SMART

ESPECÍFICOS

MEDIBLES

ALCANZABLES

REALES

TEMPORALES



AUMENTAR
LAS VENTAS

CRECER LA
COMUNIDAD

AUMENTAR
LAS VENTAS

AUMENTAR
RECONOCIMIENTO
DE LA MARCA

AUMENTAR

TRAFFICO A LA
PAGINA WEB

ENGAGEMENT

AUMENTAR
LAS VENTAS

AUMENTAR
LAS VENTAS

AUME
LAS V

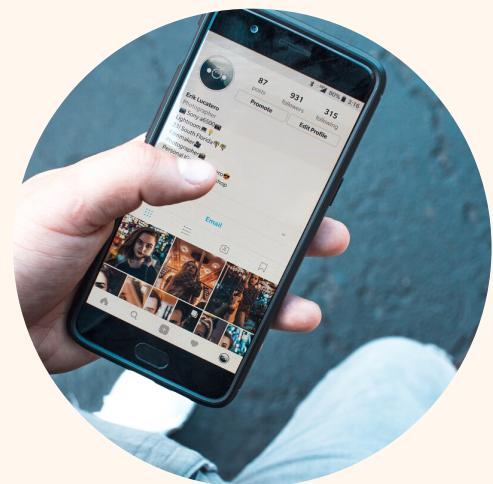
Definir la estrategia



ACCIONES



CONTENIDO



PLATAFORMAS

AMPLIFICADORES



Le gusta a **don.terrenal** y 759 más

arredo.oficial Como hacía un año que no se dirigían la palabra, Sebastián se acercó a su padre con un mensaje de WhatsApp. «Me mudé a la casa de mi novio», le contó. Su padre —porque leyó mal o porque no quiso leer bien— le preguntó cuál era el nombre de la chica. Entonces, Sebastián le envió una foto de Daniel. No hubo respuesta. Un rato después, el celular de Sebastián sonó. Era su papá.



retrógrados. Lamento que abro una página para comprar un producto y me encuentro con toda esta polémica.

9 sem 1 Me gusta Responder



erikawainmann 🍍

9 sem Responder



yulsyuls7 🍍

8 sem Responder



soulcristi Amados y odiados ...
Objetivo conseguido! Publicidad y propaganda de lo que está de "moda" sencillamente.....

8 sem Responder



mariadelcarmenpitu.gomez Y mañana pensaba pasar por un local suyo para resolver sábanas...chau Arredo. Cliente menos...

5 sem 1 Me gusta Responder



ivanbuffoni ❤

5 sem Responder





Manaos

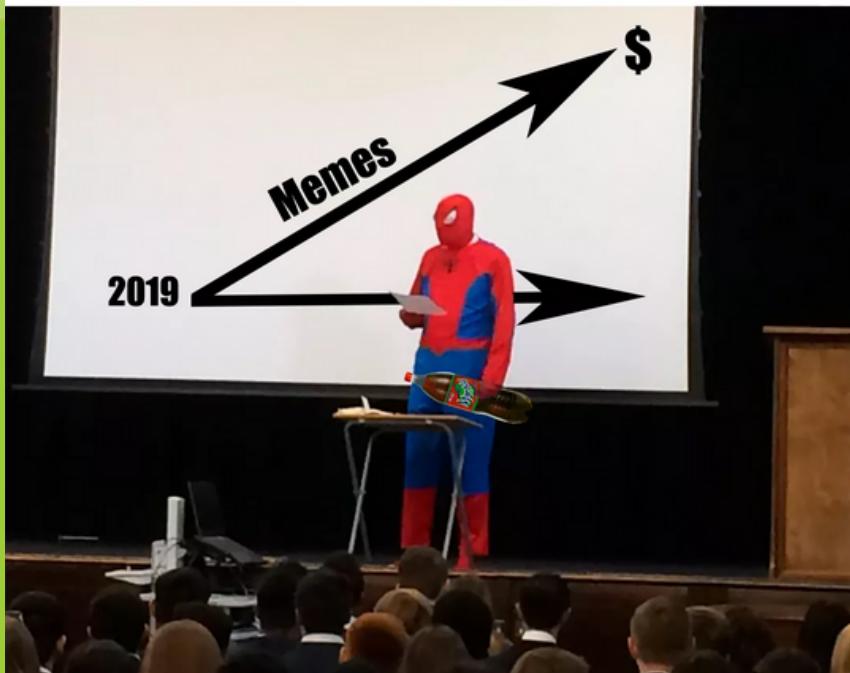
6 mar. a las 1:07 p. m. • 3

•••

Traiga a ese hombre, voy a hacerlo vicepresidente ejecutivo

Noticias destacadas

¡Vamos Manaos! La marca que más crece



2 236 208 comentarios • 314 veces compartido



Manu Zarza

Señor manaos que opina de estar fundas/combinaciones



48

25 sem Me gusta Responder



Manaos

Marvel: Infinity War es el crossover más ambicioso de la historia.

Yo:

Manu Zarza Señor manaos que opina de estar fundas/combinaciones



Escribe una respuesta...





Hacks

PARA

PROGRAMAR

- socialgest
- onlyput
- creator studio
- hootsuite

ORDENAR TU
TRABAJO

- Trello
- planoly
- onlyput

CREAR

CONTENIDO

- spark.adobe
- canva
- crello

ANÁLISIS

- Cool Tabs
- metricool

TENDENCIA

googletrends
googlealerts

Internet ha puesto al alcance de cualquier emprendedor o empresa herramientas económicas e incluso gratuitas para llegar a cientos e incluso miles de clientes.

—
EL DÍA QUE DAVID VENCIÓ
A GOLIAT

WEB

www.telocreo.studio

EMAIL

gaby@telocreo.studio

TELOCREO

