

MANUAL DE PROCESOS

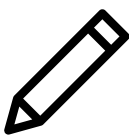
ESTRATEGIAS PARA REDES



1

DEFINIR OBJETIVOS

Establece objetivos claros para cada red social, como aumentar la visibilidad de la marca, fortalecer la relación con los clientes o generar leads para que el equipo de ventas pueda trabajar



2

CREAR CONTENIDO

Crea y comparte contenido relevante y de valor para tu audiencia en cada una de las redes. No siempre lo que pega en una va a pegar en otra.



3

INTERACTUAR CON TUS FANS

Interactúa con tus seguidores y clientes respondiendo a sus preguntas en caliente. No les dejes en veído.



4

ANALIZAR ESFUERZOS

Monitorea y mide el éxito de tus esfuerzos en cada red social a través de métricas relevantes.



5

REPLICAR BUENAS PRÁCTICAS

Adapta y mejora tus estrategias en función de los resultados obtenidos.

Trying to do marketing without knowing your audience



MANUAL DE PROCESOS

DISEÑO DE CONTENIDO



1

PLANIFICAR

El contenido debe ser siempre de valor y acomodarnos a las tendencias del momento, para esto es recomendable lanzar una lluvia de ideas entre los entendidos en el grupo legal y meterle sazón según la voz de marca.



2

ELEGIR

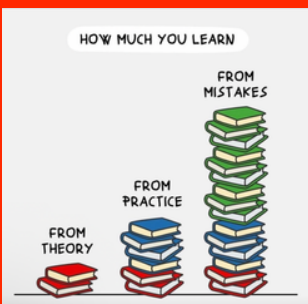
Una vez elegidos cuales son los temas que mayor valor tienen, se define quien va a ser la figura que actúe dicho tema. Sabemos que no lo podemos hacer todo. Se recomienda siempre demostrar que somos expertos hablando siempre en positivo sobre el tema a tratar.



3

IDEAR

Aquí viene la parte divertida, que es hacerse locos con los recursos que tienes al momento de editar en sí el contenido grabado. Mientras más disruptivo sea el contenido a publicar, mejor engagement tendrá!



4

EJECUTAR

El paso más importante de todos!!!! De nada sirve tener guardado material si es que no vas a publicar, aquí es lanzarte al estrellato y esperar siempre lo mejor. Aunque claro, en mkt, todo es prueba - error!



5

VALIDAR

En este punto se debe analizar métricas y ver el rendimiento que ha tenido un reel o un tiktok. Se recomienda que cuando éste no haya tenido mucha acogida se lo archive para no perder engagement en el resto de contenido. Para que la próxima vez hagas una prueba de Test A-B en donde presentes a la par 2 diseños de posteo y ves cual le ha ido mejor.

MANUAL DE PROCESOS

BUENAS PRÁCTICAS DIGITALES



- **Objetivos:** llegar a un público amplio, fomentar la confianza en la marca y compartir información útil sobre temas legales.
- **Estrategia:** publicar contenido variado, incluyendo noticias relevantes, consejos legales útiles, historias de éxito de clientes, etc.
- **Frecuencia de publicación:** 2-3 veces por semana.
- **Tipos de contenido:** publicaciones de texto, imágenes, videos, encuestas, etc.
- **Horario de publicación:** entre las 9:00 y las 17:00 de lunes a viernes.



- **Objetivos:** llegar a un público más joven y visual, fomentar la conciencia de la marca y compartir información sobre servicios legales de manera atractiva.
- **Estrategia:** publicar imágenes y videos de alta calidad relacionados con temas legales, incluyendo noticias, consejos útiles y testimonios de clientes.
- **Frecuencia de publicación:** 1-2 veces por día.
- **Tipos de contenido:** imágenes y videos de alta calidad, historias de Instagram, publicaciones en vivo, etc.
- **Horario de publicación:** entre las 9:00 y las 17:00 de lunes a viernes, y a horas de mayor actividad en fines de semana.



- **Objetivos:** llegar a un público más informado y comprometido, compartir información actualizada sobre temas legales y fomentar la participación en conversaciones relevantes.
- **Estrategia:** publicar mensajes cortos y concisos sobre noticias y desarrollos legales relevantes, así como también responder a las preguntas y comentarios de los seguidores.
- **Frecuencia de publicación:** 3-5 veces por día.
- **Tipos de contenido:** mensajes cortos, retweet de contenido relevante, encuestas y preguntas.
- **Horario de publicación:** a lo largo del día, con un enfoque en horas de mayor actividad.



- **Objetivos:** llegar a un público más joven e informado, compartir información sobre temas legales de manera lúdica y atractiva, y fomentar la participación en conversaciones relevantes.
- **Estrategia:** publicar videos cortos y divertidos sobre temas legales, así como también responder a las preguntas y comentarios de los seguidores.
- **Frecuencia de publicación:** 2-3 veces por día.
- **Tipos de contenido:** videos cortos y divertidos, reto de baile con temas legales, participación en tendencias populares relacionadas con temas legales.
- **Horario de publicación:** a lo largo del día, con un enfoque en horas de mayor actividad y entre semana.
- **Recomendaciones:** mantener un enfoque lúdico y atractivo en los videos, interactuar con otros usuarios y compartir contenido original y relevante para el público objetivo.



- **Objetivos:** llegar a un público más informado y comprometido, compartir información actualizada sobre temas legales y fomentar la participación en conversaciones relevantes.
- **Estrategia:** publicar mensajes cortos y concisos sobre noticias y desarrollos legales relevantes, así como también responder a las preguntas y comentarios de los seguidores.
- **Frecuencia de publicación:** 1-2 veces por día.
- **Tipos de contenido:** artículos detallados sobre temas legales, participación en grupos relevantes, publicación de actualizaciones de la compañía. **Horario de publicación:** durante la semana, con un enfoque en horas laborales.
- **Recomendaciones:** mantener una presencia profesional en la plataforma, interactuar con otros profesionales de la industria legal y compartir contenido valioso y relevante para el público objetivo.