

Capítulo 2: Construcción de una Estrategia de PR Digital

Definir Objetivos y Metas de PR

Antes de lanzar una campaña de PR digital, es fundamental establecer objetivos claros. Estos pueden incluir:

- **Aumentar el reconocimiento de la marca:** Expandir el alcance y la visibilidad de la organización.
- **Mejorar la reputación:** Fortalecer la credibilidad y confianza en la marca.
- **Impulsar la interacción:** Fomentar la participación del público mediante "me gusta", compartidos y comentarios.
- **Incrementar el tráfico:** Atraer más usuarios a la página web o plataformas en línea.
- **Aumentar las ventas o conversiones:** Motivar a los clientes a realizar acciones específicas, como comprar un producto o suscribirse a un servicio.

Identificar el Público Objetivo

Comprender a la audiencia es clave para cualquier estrategia de PR. Considera estos factores:

- **Demografía:** Edad, género, ubicación, ingresos, educación, etc.
- **Psicografía:** Intereses, aficiones, valores y estilo de vida.
- **Comportamiento en línea:** Plataformas preferidas, hábitos de consumo de contenido y horarios de actividad.

💡 **Consejo:** Usa herramientas como Google Analytics o estadísticas de redes sociales para obtener información sobre tu audiencia.

Crear Mensajes Clave

Los mensajes clave son las ideas principales que deseas asociar con tu marca. Deben ser:

1. **Claros:** Fáciles de entender y recordar.
2. **Consistentes:** Aplicables en todas las plataformas y campañas.
3. **Relevantes:** Adaptados a la audiencia objetivo.


Ejemplo: Para una marca de moda sostenible, un mensaje clave podría ser:

🟢 « *Ayudarte a verte bien mientras cuidas el planeta.* »

Elegir los Canales Digitales para las Campañas de PR

Cada canal digital cumple un propósito diferente en una estrategia de PR. Aquí tienes cómo seleccionar el adecuado:

- **Redes sociales:** Ideales para la interacción directa (*ej.* Instagram para contenido visual, Twitter para actualizaciones).
- **Blogs y sitios web:** Útiles para contar historias detalladas y compartir información valiosa.
- **Boletines por correo electrónico:** Efectivos para comunicación personalizada.
- **Medios de comunicación en línea:** Permiten obtener cobertura mediática y llegar a una audiencia más amplia.

 **Consejo estratégico:** Elige plataformas donde tu público esté más activo y adapta tu contenido a cada formato y tono.