



Medios digitales

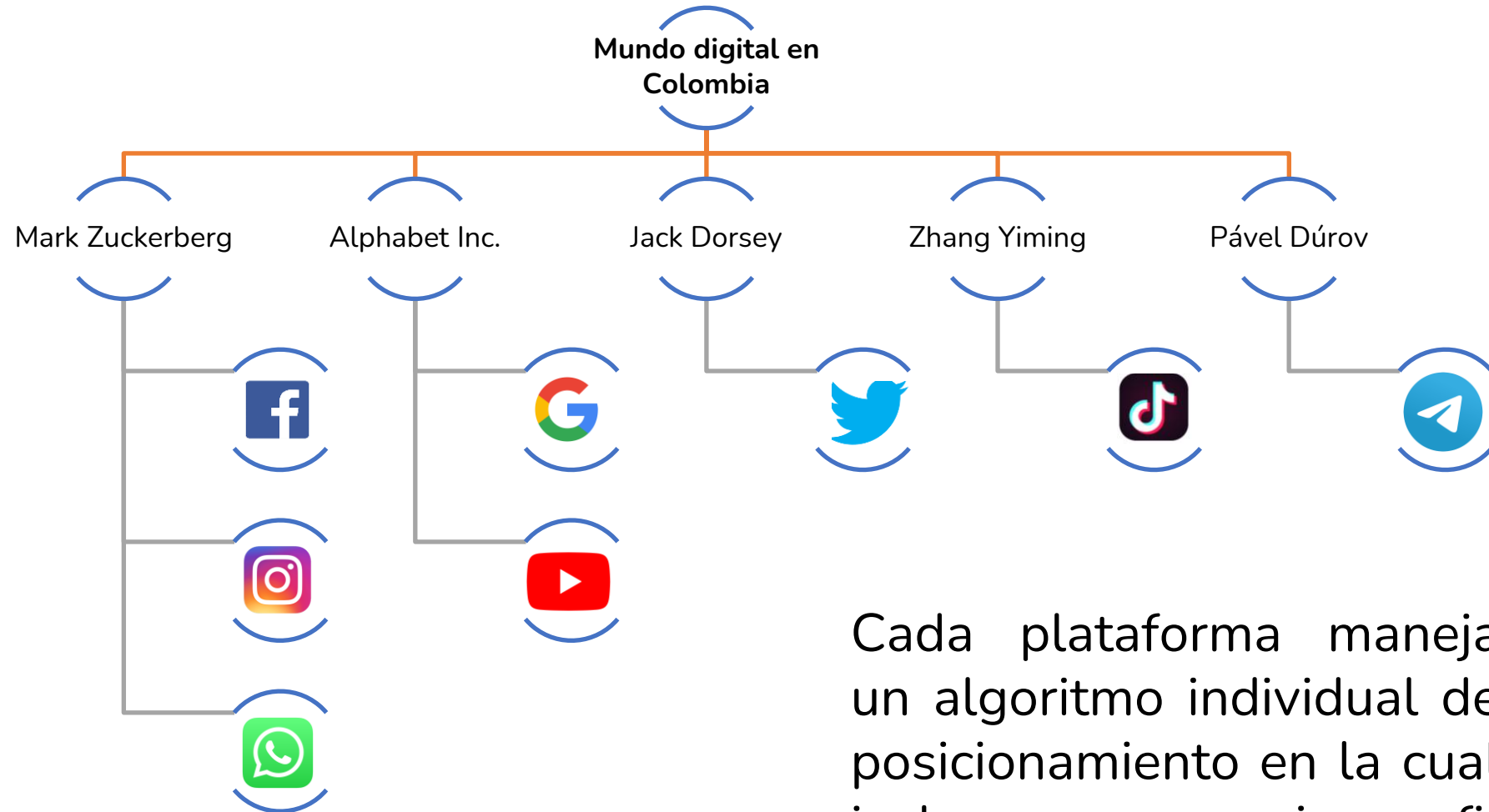
PLAN ESTRATÉGICO



EXPLICACIÓN GENERAL DEL UNIVERSO DIGITAL



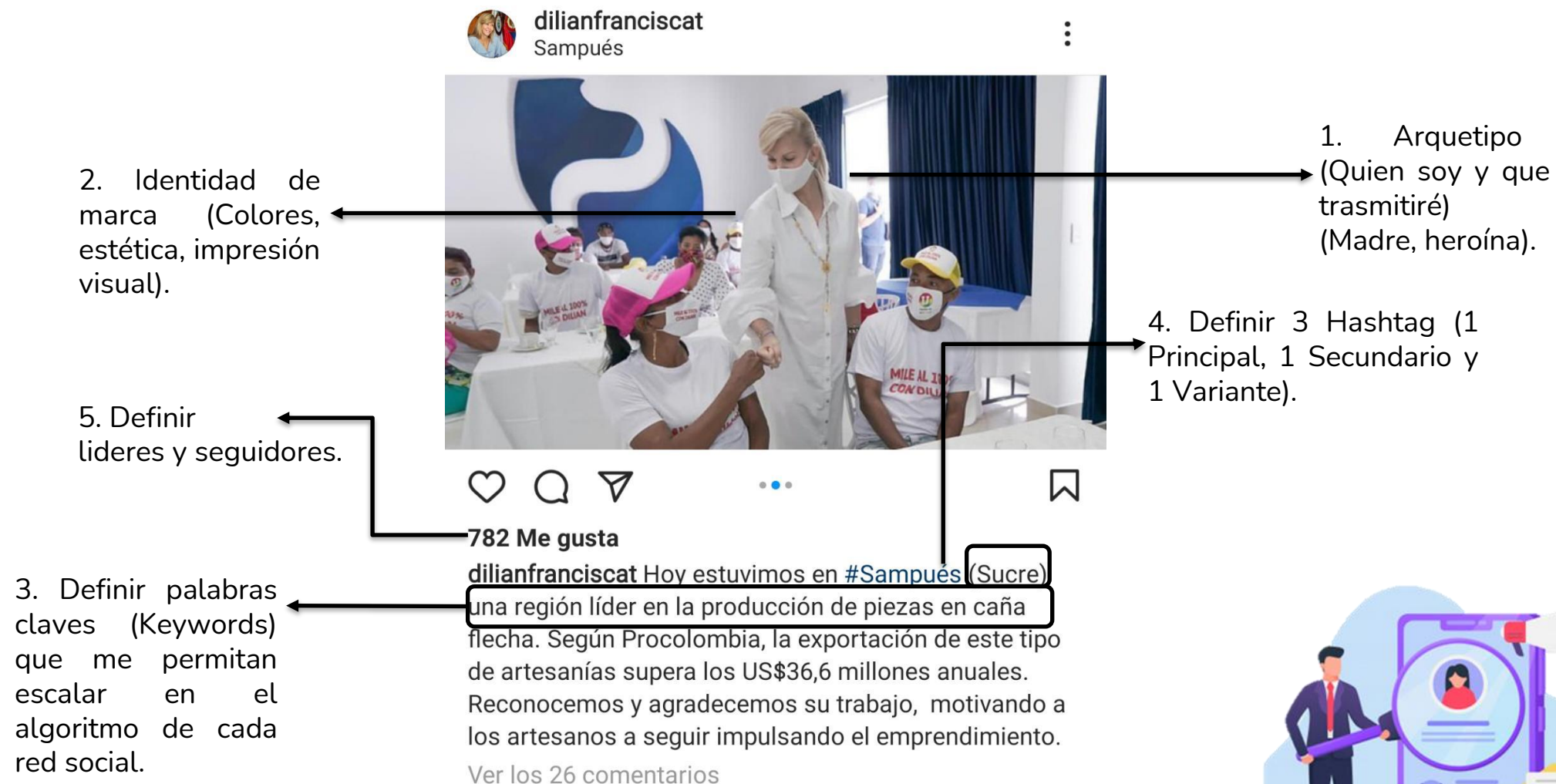
¿Cual es el Panorama General del Universo Digital?



Cada plataforma maneja un algoritmo individual de posicionamiento en la cual incluyen su propio perfil digital.

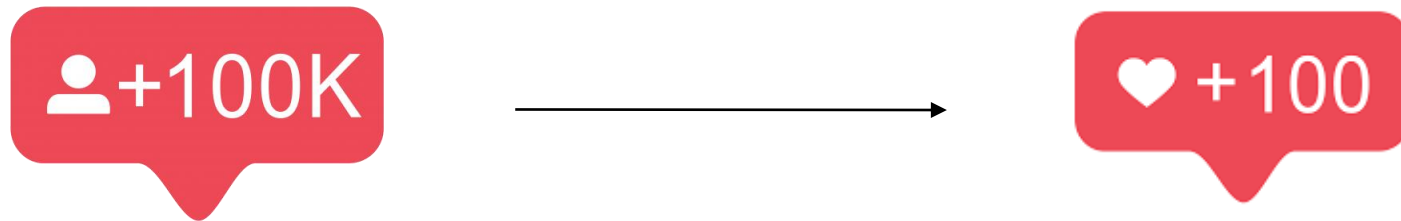


Perfil Digital

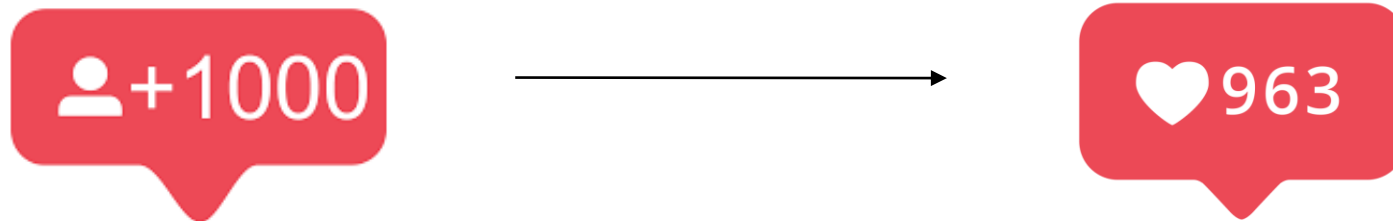


Engagement y/o Interacción

No es lo mismo seguidores a interacción



No es lo mismo crecimiento que alcance



Engagement y/o Interacción



832 291 mil 1.024
Publicaci... Seguidor... Seguidos

Polibamba Humor 🧑

Blog personal

🔗 | Lider Social

🧑 | @dinamitatenorio

🔗 | @saopaulofccali

Publicidad whatsapp... más

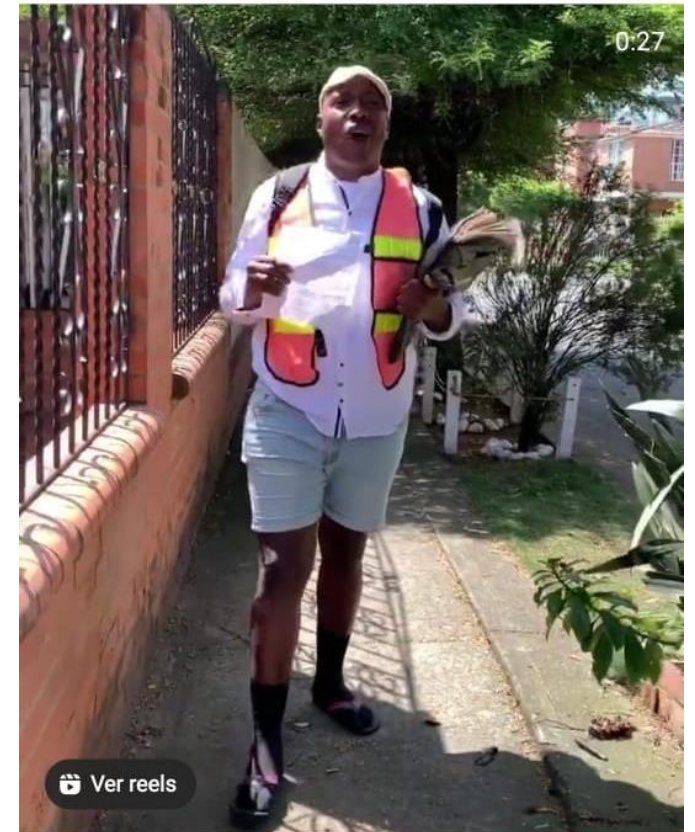
Ver traducción

wa.link/bzdit6

drjorgecorona, stven.lozano y 70 personas más
siguen esta cuenta



polibamba
polibamba • Audio original



📺 Ver reels



Le gusta a sebas9307, legen1013 y 7.499 personas
más

polibamba Ese era el despertador de los Domingos



Engagement y/o Interacción



851 **360 mil** **218**
Publicaci... Seguidor... Seguidos

Marco Lasso ML

Creador de videos

infomarcolassoml@gmail.com

[@conectadosdigital](#) [@conectadosaudiovisual...](#) más

Ver traducción

youtu.be/dxgNKYPig6I

manuela_morales2016, terra_glamping y 60

personas más siguen esta cuenta



marcolassoml

marcolassoml • Audio original



Ver reels



Le gusta a **brayanhurtado11, isabelgranjapa y 4.115 personas más**

marcolassoml Siempre quise una casa con aaaaartos ventanales 😊 ooooo mejor no 😊... más



Pauta Publicitaria

SEO - SEM

Facebook
Business

Facebook - Instagram

Twitter for
business

Twitter

Google
Ads

Google

Tik Tok
Ads

Tik Tok

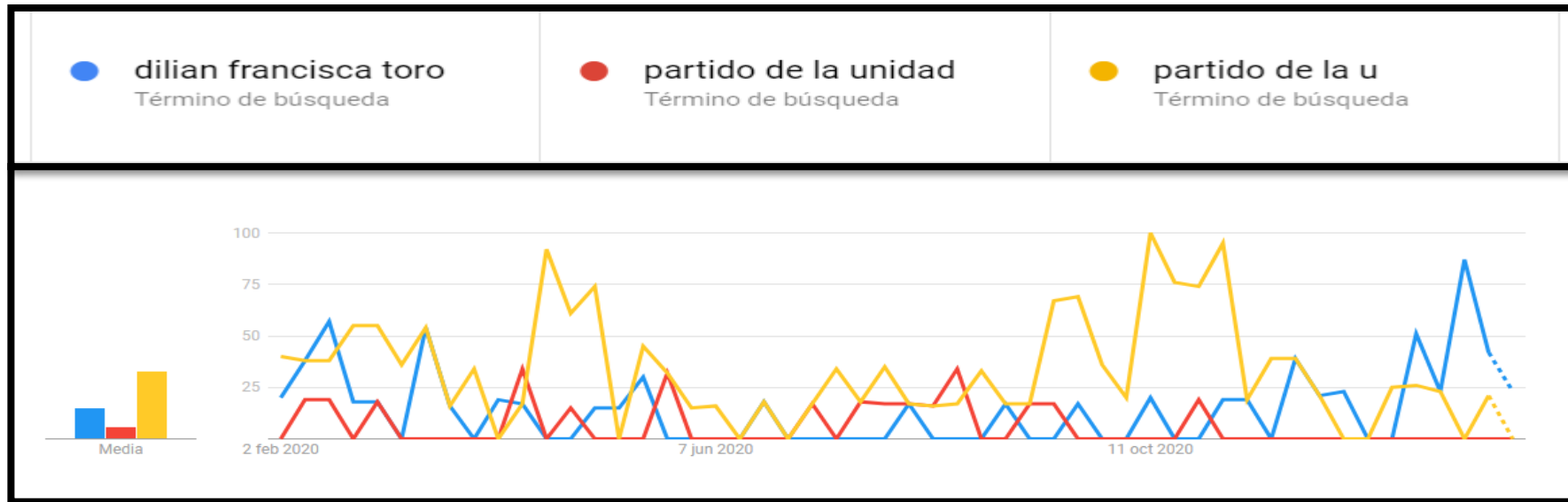




DIAGNÓSTICO

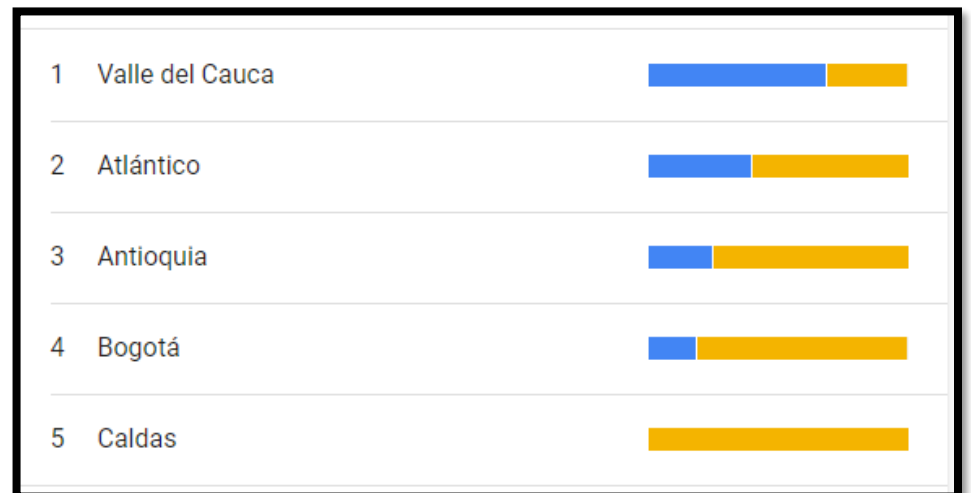


Análisis Actual Google



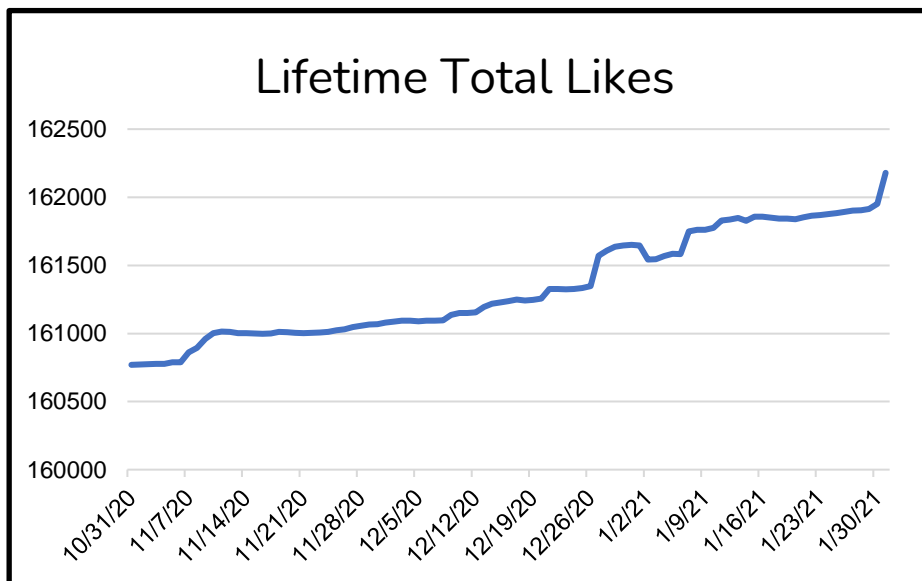
Comparativa en búsquedas de Google

Muestra los picos de búsqueda más altos desde febrero de 2020 hasta el día de hoy.

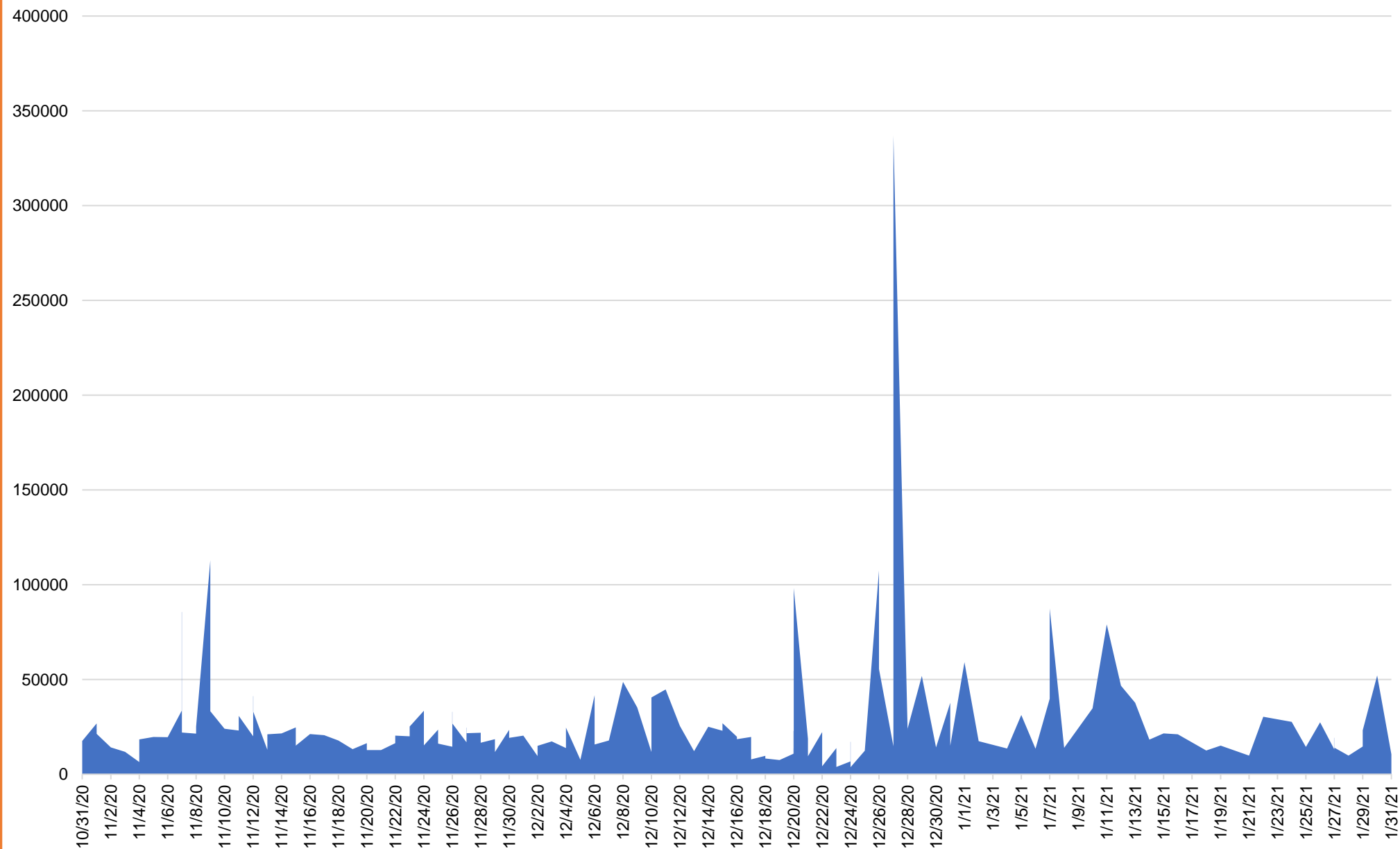


Estado actual Dilian Francisca Toro

Último trimestre Facebook



Alcance de las publicaciones



Instagram

Resumen

30,4 mil

Cuentas alcanzadas

+12,8% >

6.955

Interacciones con el contenido

-7,2% >

Tu público

[Ver todo](#)

45,1 mil

Total de seguidores

+1,2%



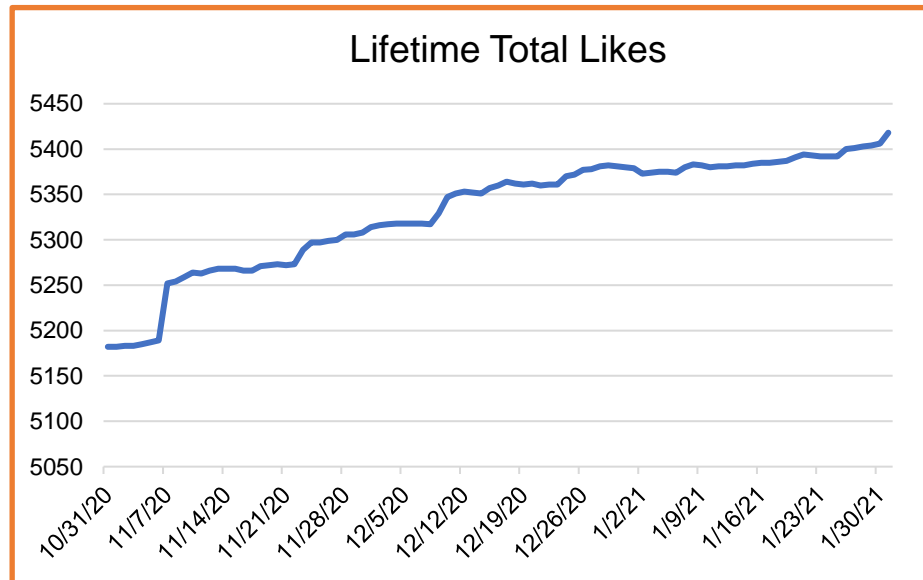
Estadísticas destacadas recientes

Llegaste a un +12,8% más de cuentas en los últimos 30 días en comparación con 2 de dic - 31 de dic.

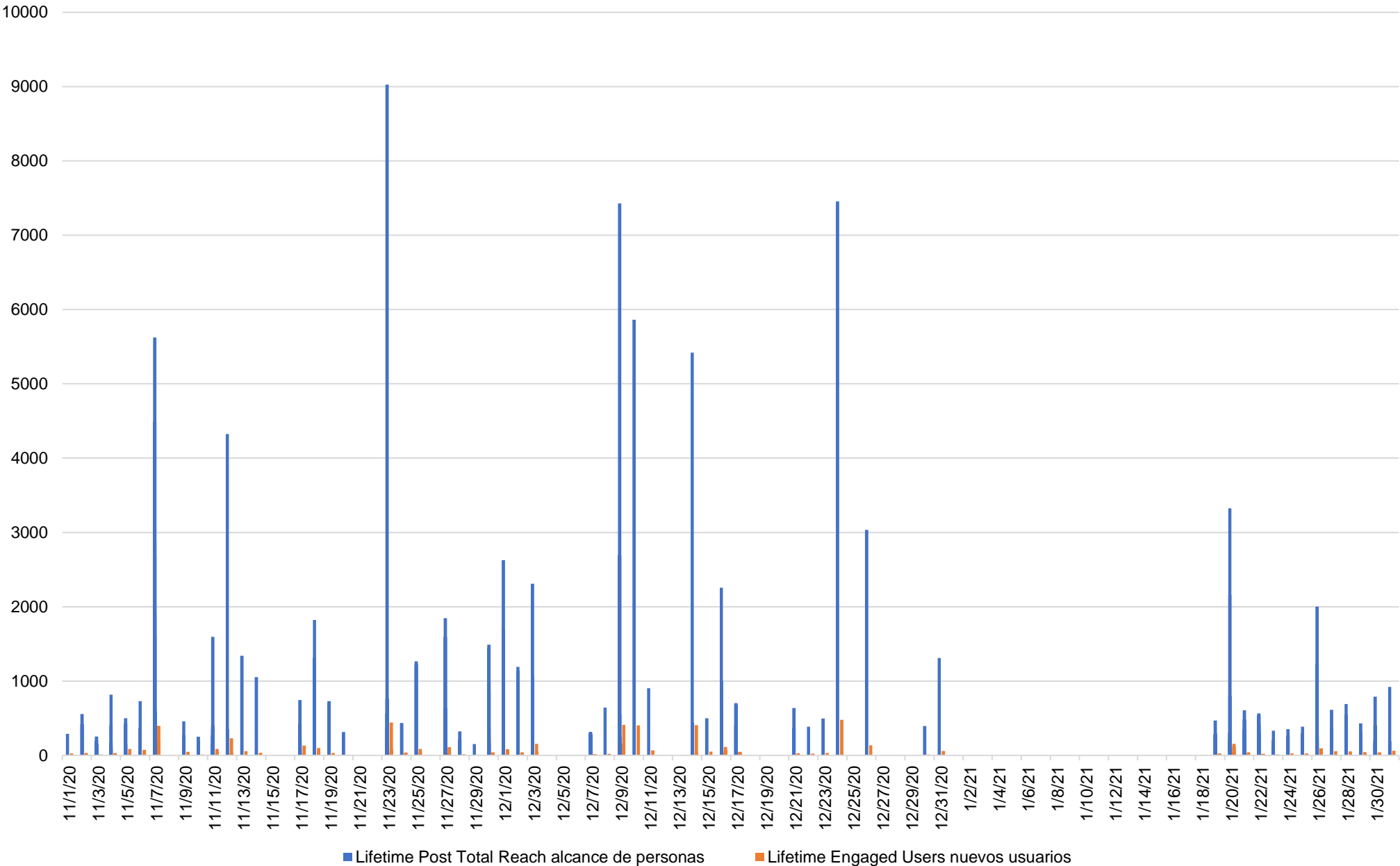


Estado actual Partido de la U

Último trimestre Facebook



Alcance de las publicaciones



Instagram

Resumen

1.959

Cuentas alcanzadas

-1,5% >

1.350

Interacciones con el contenido

+33,1% >

Tu público

[Ver todo](#)

2.650

Total de seguidores

+1,7%



Estadísticas destacadas recientes

Recibiste un +33,1% más de interacciones con el contenido en los últimos 30 días en comparación con 2 de dic - 31 de dic.



Instagram

Resumen

1.959

Cuentas alcanzadas

-1,5% >

1.350

Interacciones con el contenido

+33,1% >

Tu público

[Ver todo](#)

2.650

Total de seguidores

+1,7%



Estadísticas destacadas recientes

Recibiste un +33,1% más de interacciones con el contenido en los últimos 30 días en comparación con 2 de dic - 31 de dic.



ADMINISTRADOR COMERCIAL

Propietario de la página

Los administradores del negocio partidodelauoficial pueden administrar roles y otros permisos en esta página.



partidodelauoficial

Identificador: 577292839682832

Enviar comentarios sobre este negocio

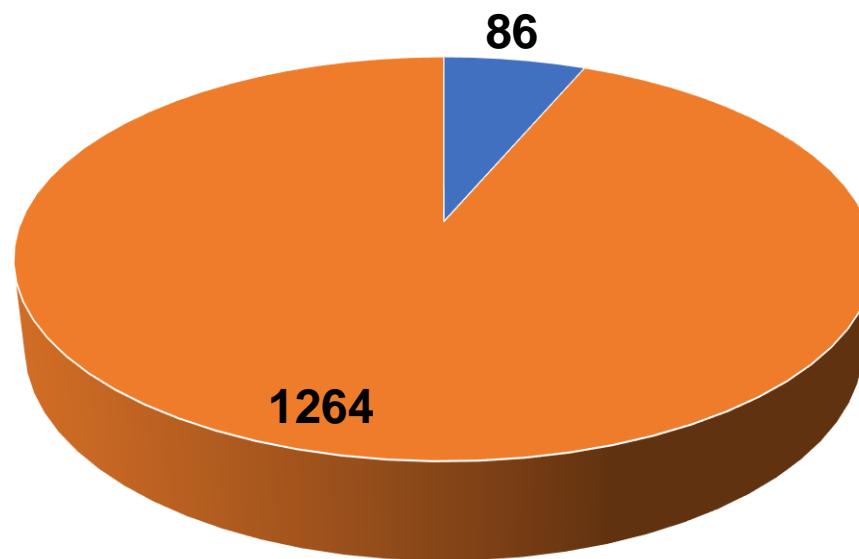
DISEÑO DE MARCA



ANALISIS ACTUAL

En la depuración de la base de datos actual se obtuvo un total de 1560 concejales de los cuales 1350 tenían numero de WhatsApp, se salieron 86 personas quedan 1264 activos.

CONCEJALES ACTUALES Y QUE SALIERON



■ Salieron ■ Actual



Estructuras depuradas listas

- Alcaldes (362)
- Congresistas (38)
- Diputados (56)
- Directorios (297)
- Ediles (440)
- Gobernadores (19)
- Grupos Sociales (147 dividido en 6 grupos diferentes)
- Candidatos no elegidos (9666)
- Militantes (15280)

Nota: Estos son los sectores listos para la creación de los grupos en la cual debe ir acompañado de una estrategia compacta



CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

Dra. DILIAN FRANCISCA TORO

- Marca de la Dra. Dilian Francisca Toro permanece vigente, por tanto tiene un crecimiento constante que debe maximizarse.
- Preocupa particularmente la red de Instagram por su falta de interacción.
- Para optimizar estas redes (Instagram – Facebook) se requiere micro segmentar.
- No hay perfil estratégico definido en esta etapa (Exgobernadora), que incluye identidad de marca y arquetipo, lo que disminuye el engagement.
- Altas posibilidades que el diagnostico por encuesta arroje el resultado de que la Dra Dilian Francisca Toro como marca arrastra al Partido de la U.



CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO PARTIDO DE LA U

- Tenemos problemas de propietario que no nos va a permitir pautar y segmentar para crecer (Facebook – Instagram)
- El único pico en las visitas de la pagina de Facebook fue el de la posesión de la Dra Dilian Francisca Toro.
- No es solo la parrilla lo que importa si no el engagement en todo el universo digital.
- Las paginas del partido deben mejorar su manejo del manual de identidad.
- La participación de los congresistas ha disminuido dentro del partido.



Mejoras necesarias para los Grupos Whatsapp

- Descripción de los grupos
- Definición de roles de los participantes desde el partido.
- Batería de respuestas ajustada.
- Comunicación Segmentada
- Numero institucionales Administrativos
- Oferta de valor
- Comunicación empática con los involucrados directos
- Cierre de los grupos anteriores de concejales
- Garantizar que los mensajes lleguen a todos los grupos

Nota: Para administrar aproximadamente 300 grupos de WhatsApp se necesita 2 - 3 personas.





¿Qué se debe hacer?



DEFINIR LA RUTA

Definir lineamientos estratégicos (Objetivos) en el marco de la estrategia general, pero de acuerdo a lo observado estos deberían ser los objetivos propuestos:

1. Mejorar el posicionamiento de la Dra. Dilian Francisca Toro como marca política.
2. Replanteamiento de marca (Partido u) que debe estar integrado a la estrategia general. (muy seguramente siendo arrastrado por la Dra. Dilian Francisca Toro y algunos protagonistas).
3. Generación de activismo masivo para ser redireccionado para la precandidatura presidencial.

Nota: Las marcas de los congresistas deben mejorar su posicionamiento.



DEFINIR LA RUTA

Dilian Francisca Toro

Los siguientes puntos son las tácticas recomendadas de inmediato para permitir optimización pronta y resultados a corto plazo

- Redefinición de arquetipo y construcción del perfil estratégico.
- Replanteamiento parrillas de las redes (disminuir presencia en frío y aumentar su presencia como condición de precandidata) y fortalecer imagen de color.
- Táctica del validador del comentario que ayude a mejorar el engagement.
- Táctica de posicionamiento en medios digitales regionales con mensaje focalizado (entrevista y/o columna).

Nota: El perfil estratégico depende de la construcción del arquetipo en general.



DEFINIR LA RUTA

Partido de la U

Los siguientes puntos son las tácticas recomendadas de inmediato para comunicación externa:

- Replanteamiento de la marca del Partido de la U, que incluye relanzamiento de la imagen, página web y derivados.
- Se recomienda construir perfil estratégico para la marca, unificado y proyectado regionalmente (Narrativa propia de la región).
- Táctica de comunicación disruptiva.



DEFINIR LA RUTA

Partido de la U

Los siguientes puntos son las tácticas recomendadas de inmediato para comunicación interna:

- Generar parrilla de contenido para cada uno de los grupos.
- Propuesta de valor portafolio de servicios
- Abrir Canal de difusión de Telegram
- Mejorar la comunicación de WhatsApp
- Generar aplicativo (App) de militante

Nota: Lo individual enlazado con lo colectivo.



DEFINIR LA RUTA

Activismo

- Creación de nichos.
- Causas ciudadanas o micro causas.
- Guerrilla permanente (Defensa y Ataque).
- Contenido de color.
- Táctica de creación de red social de cada minoría.





Recursos y costos



- Actual directora de un partido que se proyecta a nivel nacional (Junio 2021)
- Presidencial (Depende del enfoque de la precandidatura.



Actual directora de un partido que se proyecta a nivel nacional (Junio 2021)

Equipo actual:

- 1 Director
- 2 Analíticos de data
- 1 Diseñador de contenido
- 2 Administradores de redes
- 2 Programadores
- 2 Comunicadoras

Se necesita apoyo de:

- 2 Community Managers
- 2 Personas encargadas de administración de WhatsApp
- 1 Periodista
- 1 Diseñador



Presidencial (Depende del enfoque de la precandidatura.

Bodega de sesenta (60) personas que incluye:

- Administración
- Business – Analytics
- Social Media Manager
- Activismo
- Generadores de contenido

Grupo de influencers

Nota: Depende del enfoque de precandidatura.

