

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

**Estudio de caso: Redes sociales
como medio de proyección
nacional e internacional para la
Banda incipiente Besana**

Estudiantes

**Jose Manuel Romero
Sánchez**

**Ashly Nadine Fontalvo
Manuel**

Docente

Nathalia Carolina Cabal Durango

**Especialización en gerencia de la comunicación digital
Universidad de Manizales
Manizales, Caldas
2024**

INTRODUCCIÓN



Måneskin es una banda italiana de rock formada en Roma en 2016. El grupo está compuesto por Damiano David (vocalista), Victoria De Angelis (bajista), Thomas Raggi (guitarrista) y Ethan Torchio (baterista). Su nombre, que significa "luz de luna" en danés, refleja las raíces escandinavas de De Angelis.

La banda ganó popularidad en Italia después de participar en la undécima temporada de "X Factor Italia" en 2017, donde quedaron en segundo lugar. Su estilo energético y su imagen distintiva les ayudaron a captar la atención del público, lo que les permitió lanzar su primer álbum de estudio, "Il ballo della vita", en 2018. Este álbum fue un éxito comercial en Italia y consolidó su posición en la escena musical nacional.

El gran salto a la fama internacional de Måneskin llegó en 2021, cuando ganaron el Festival de la Canción de Eurovisión con la canción "Zitti e buoni". Esta victoria no solo les dio reconocimiento en Europa, sino que también catapultó su música a audiencias globales. Su siguiente álbum, "Teatro d'ira: Vol. I", lanzado en 2021.¹

besana

Emergiendo con ímpetu en la escena musical de Manizales, Besana se presenta como una agrupación de pop que fusiona diversos ritmos y géneros, dando vida a composiciones e interpretaciones con un sello moderno y en sintonía con las tendencias actuales del mainstream comercial. Con una trayectoria de más de seis años, Besana irrumpió en el panorama musical en el año 2021 con su primer sencillo y videoclip, "Tu Calor", cautivando a la audiencia juvenil con su propuesta fresca y vibrante.

A lo largo de su recorrido, la banda ha cosechado un gran recibimiento del público,

¹ [Historia y biografía de Måneskin \(historia-biografia.com\)](https://historia-biografia.com)

consolidando este éxito con el lanzamiento de tres sencillos adicionales, cada uno acompañado por su respectivo videoclip. Esta trayectoria ascendente ha permitido a Besana posicionarse como una de las agrupaciones emergentes con mayor proyección en la escena musical de Manizales.

Actualmente, la banda se encuentra en pleno proceso de creación de su primer EP, un trabajo discográfico que promete consolidar su estilo único y afianzar su lugar en el panorama musical de la ciudad. Con una visión clara y un talento innegable, Besana se perfila como una de las agrupaciones con mayor potencial para brillar en los próximos tres años, conquistando escenarios y ganando el corazón del público con su música fresca, innovadora y llena de energía.

Redes sociales como medio de exposición mundial

En el mundo de los más de 5,000 millones de personas del mundo que usan internet, casi el 95% utiliza las redes sociales. Tan solo en Colombia 36.70 millones de personas utilizan redes sociales de forma activa y se espera que la cantidad de usuarios de internet en todo el mundo alcancen los 7.5 mil millones, lo cual representa un aumento del 20%.

Es por ello por lo que las redes sociales y su manejo estratégico son importantes para cualquier solista o banda que se proyecte en el escenario nacional e internacional. Aspectos como el alcance global, la promoción y visibilidad, la interacción directa con los fans, el feedback inmediato, el networking y colaboraciones y el establecimiento de marca son posibles y alcanzables hoy en día gracias al uso eficaz de las redes sociales y por ello al proyectarse en cualquier industria, sobre todo la musical, es un aspecto fundamental y principal para tener en cuenta.

Ejemplos de éxito tenemos por montones, como la viralización de música por medio de la plataforma de TikTok que ha catapultado a varios músicos al escenario internacional, como los es en el caso de la agrupación musical Måneskin que logró que dos de sus canciones Beggin (2017) y I wanna be your slave (2021) se volvieran vírales en la plataforma de TikTok.

Las redes sociales también facilitan la conexión con otros músicos, artistas y profesionales de la industria musical a nivel mundial. Esto puede llevar a colaboraciones, oportunidades de gira y otras asociaciones que beneficien a la banda, como lo fue el caso de la agrupación musical colombiana Morat después de que se volviera viral un cover que Grupo Frontera (un grupo musical mexicano) hizo de su canción No se va. Esto los llevo no solo conectar con el público internacional, sino realizar colaboraciones juntos.

Una presencia consistente y atractiva en redes sociales ayuda a establecer y fortalecer la identidad de la banda, diferenciándose en un mercado competitivo y posicionándose como un acto internacionalmente reconocido

Benchmarking y diagnóstico

El benchmarking y diagnóstico son esenciales para entender el rendimiento de una banda en comparación con otras, identificar áreas de mejora y adoptar prácticas exitosas. Ayuda a mejorar la competitividad, la calidad del producto y la conexión con la audiencia. Compararemos aspectos clave como presencia en redes sociales, participación del público, estrategias de marketing, calidad de contenido y éxito en la industria musical.

Manneskin

Respecto al contenido de Manneskin ellos tienen una estrategia de venta de contenido muy elaborada en la que en sus cuentas de YouTube, Instagram y TikTok mueven su contenido de una forma muy consciente con su público. Respecto al uso de su cuenta de (X) a pesar de que no la suelen usar tanto como el resto de las cuentas, las fan Pages de Manneskin en esta red social mantiene viva toda la temática.

Besana

Besana por otro lado ha dirigido sus estrategias de contenido hacia Instagram, Facebook y TikTok, aunque ha mostrado un crecimiento más lento de cierta manera por su falta de consistencia en la publicación de sus contenidos por lo tanto dentro de las áreas de mejora se encuentra tener una mayor coherencia y periodicidad respecto a los contenidos a publicar en cada red social. Se sugiere que la banda incremente la interacción con su comunidad para fortalecer el vínculo con los seguidores y explore oportunidades de crecimiento más rápido, como colaboraciones o la participación en desafíos de redes sociales. Estos ajustes podrían contribuir a un crecimiento más dinámico y una presencia más impactante en el panorama del pop emergente nacional e internacional.

Estrategia de benchmarking:

1. Redes sociales:

- Analizar la presencia y actividad en plataformas como Instagram, Twitter y Facebook.
- Herramientas: Metricool, Hootsuite, Socialbakers.

2. Streaming y ventas:

- Comparar el rendimiento en plataformas de streaming y ventas de álbumes/sencillos.
- Herramientas: Spotify for Artists, Apple Music for Artists, Amazon Music Insights.

3. Reconocimientos y premios:

- Evaluar premios ganados, nominaciones y reconocimientos.
- Herramientas: Bases de datos de premios musicales, noticias de la industria.

4. Interacción con fans:

- Analizar la interacción en redes sociales, comentarios y participación en eventos.
- Herramientas: Análisis de redes sociales, comentarios en plataformas.

Manneskin	Besana
Comparte su música y contenido para su público además de la expansión constante en la escena mundial	Comparte su música y contenido relacionado para su público objetivo
Manneskin crea un contenido basado en tendencias y temas controversialmente comerciales lo que hace que sean altamente consumidos.	Besana tiene un estilo que aún se encuentra en desarrollo, pero también comparten características altamente comerciales respecto a la difusión de muchos tipos de contenido.
El público de Manneskin es mayoritariamente personas con gustos de pop, alternativos y nuevos fans del rock lo que los hace ser escuchados globalmente y de fácil difusión.	El público de Besana es muy pequeño aún, pero en la segmentación tenemos fans del pop, música alternativa y fans de nuevas bandas emergentes.

Aspecto	Måneskin	Besana
Origen	Italia	Manizales, Colombia
Género Musical	Rock, pop, glam rock	Pop emergente
Años de Formación	Formados en 2016	4 años de formación
Logros Destacados	Ganadores de Eurovisión 2021	Participantes de la feria de Manizales durante los años 2021-2023, teloneros Andy Rivera en la plaza de toros 2022 y próximos teloneros Santiago Cruz en ferias 2024.
Objetivos Claros	Internacionalizar su carrera y música	Expandir y establecer su música y marca de forma local y nacional en Colombia.
Estrategia de Benchmarking	Colaboraciones, presencia en festivales internacionales	Estrategias específicas de Besana en comparación con referentes del pop internacional

Presencia en Redes Sociales	Número de seguidores, interacción con fans	Interacciones con el público en las redes sociales más usadas: Instagram, TikTok, Facebook con estrategias muy específicas para cada una.
Estilo Visual y Estético	Imagen de marca, estética de videoclips	La identidad visual de Besana está marcada por una actitud alternativa con actitud rockera sin dejar de lado lo comercial

Diagnostico

Måneskin

Para Måneskin, una estrategia efectiva de blog marketing implicaría la creación de contenido exclusivo y detrás de escena en su sitio web oficial, alineado con la exitosa estrategia en redes sociales. El blog podría presentar entrevistas, colaboraciones y momentos destacados de la banda, reflejando la temática visual de las plataformas principales. Mantener actualizaciones periódicas, fomentar la participación de los fanáticos y vincular el blog con las redes sociales garantizarían una conexión constante con la audiencia. La promoción activa del contenido del blog en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, junto con la búsqueda de feedback a través de encuestas, contribuiría a fortalecer la identidad en línea de Måneskin y mantener el interés de la audiencia.

Besana

Para optimizar la presencia en línea de Besana, se propone una estrategia de blog marketing centrada en la identidad visual de la banda y su enfoque en Instagram, Facebook y TikTok. El blog ofrecerá contenido exclusivo detrás de escena, explorando el mundo del pop emergente y destacando tendencias relevantes. La programación de publicaciones será consistente, asegurando una presencia activa para mantener a la audiencia comprometida. Además, se incorporarán entrevistas y colaboraciones con artistas emergentes para diversificar el contenido y ampliar la audiencia. Elementos interactivos, como encuestas y preguntas, estimularán la participación, y la promoción activa en las redes sociales generará anticipación para cada publicación del blog. A través del análisis de feedback, se ajustará la estrategia según las preferencias y comentarios de los seguidores, garantizando una presencia en línea impactante y un crecimiento continuo.

Ventajas:

Todo es interactivo y es responsive desing Tiene botón de búsqueda

Contenido de calidad adicional a las canciones de la banda como fotos, audio, noticias, sobre la banda, redes sociales.

Desventajas:

Se demora en cargar y no está actualizada: Actualizar la página frecuentemente y asesoramiento con un profesional de la web para mejorar los aspectos técnicos. No tiene el dominio: Pagar el dominio y renovarlo en los tiempos pertinentes.

Falta más información y contenido: creador de contenido encargado de las estrategias de contenido de la página y que sea pertinente para los fans.

Upselling

Inscribirse al club de fan

Comprar merchandising de Besana a precios especiales en la página web

Cross - selling

Obtener los mejores lugares y ser prioritarios en la compra de los lugares de los conciertos al inscribirse al club de fan

Obtener un 10% en la próxima compra de merchandising de la banda Poder acceder a la preventa de distintos productos y servicios.

¡Bienvenidos al Club de Fans Oficial de Besana! ¿Por qué unirse a nuestro club? Aquí hay algunas razones irresistibles:

1. Exclusividad: Al unirse a nuestro club de fans, te convertirás en parte de un grupo selecto de personas que comparten tu misma pasión por Besana. Serás de los primeros en enterarte de noticias, lanzamientos y eventos especiales relacionados con la banda.

2. Camiseta Oversized Exclusiva: ¿Te encanta el estilo de Besana? Al unirse a nuestro club, tendrás la oportunidad de adquirir una camiseta oversized exclusiva, diseñada especialmente para nuestros miembros. Esta prenda de edición limitada es un auténtico tesoro para cualquier fanático de la banda.

3. Acceso Prioritario a Toques en Vivo: ¿Estás deseando vivir la energía de un concierto de Besana en persona? Nuestros miembros del club de fans disfrutan de acceso prioritario a la compra de entradas, asegurándose que no te perderás el próximo toque de Besana en tu ciudad.

4. Experiencias Exclusivas: A lo largo del año, organizamos experiencias especiales para nuestros miembros, como encuentros con la banda, sesiones de autógrafos y mucho más. ¡Nada se compara con la emoción de conocer a tus ídolos en persona!

Si deseas experimentar todo esto y más, no pierdas más tiempo. La emoción y la oportunidad están llamando a tu puerta. ¡Inscríbete ahora y únete a nosotros en este apasionante viaje!

Haz clic en el enlace a continuación para unirte al Club de Fans Oficial de Besana y asegura tu lugar en la primera fila de la experiencia Besana. ¡No esperes, el próximo toque de Besana está más cerca de lo que crees!

#BesanaForever

Estrategia de blog marketing: Con esta estrategia, no solo se crea un blog informativo, sino que se establece un canal efectivo para construir y mantener relaciones sólidas con la audiencia. La calidad del contenido y la interactividad son claves para el éxito continuo de esta estrategia.

1. Definición de objetivos:

Antes de comenzar, establece objetivos claros. Pueden incluir aumentar la visibilidad de la banda, mejorar la conexión con los fans, promover eventos y aumentar la participación en redes sociales.

2. Investigación de palabras clave:

Conduce una investigación de palabras clave para identificar términos relevantes para la banda. Esto optimizará el contenido para motores de búsqueda y aumentará la visibilidad online.

3. Creación de contenido relevante:

Desarrolla contenido que resuene con la audiencia. Esto puede incluir historias detrás de canciones, experiencias en giras, entrevistas, actualizaciones sobre nuevos proyectos y contenido exclusivo.

4. Consistencia en la publicación:

Establece un calendario de publicaciones coherente para mantener el compromiso. La consistencia es clave para construir una audiencia leal.

5. Integración con redes sociales:

Promociona cada publicación en las redes sociales para amplificar su alcance. Utiliza extractos, imágenes llamativas y hashtags relevantes para fomentar el intercambio.

6. Colaboraciones y entrevistas:

Colabora con otros bloggers, influencers o periodistas musicales para amplificar la visibilidad. Las entrevistas y colaboraciones pueden generar interés adicional.

7. Uso de multimedia: Incorpora imágenes, videos y contenido multimedia para hacer que el blog sea más atractivo. Esto ayuda a contar historias de manera más impactante.

8. Call to Actions (CTA):

Incluye llamadas a la acción efectivas al final de cada publicación para guiar a los lectores hacia acciones específicas, como compartir en redes sociales, registrarse en la lista de correo o comprar entradas para eventos.

9. Segmentación de audiencia:

Personaliza el contenido para diferentes segmentos de audiencia. Puedes tener publicaciones específicas para fans leales, nuevos seguidores o aquellos interesados en detalles técnicos de la música.

10. Analítica y retroalimentación:

Utiliza herramientas de análisis como Google Analytics para evaluar el rendimiento. Aprende qué contenido resuena mejor y ajusta tu estrategia en consecuencia.

11. Captura de datos de audiencia:

Incorpora formularios de registro o suscripción para capturar datos de audiencia. Esto te permitirá construir una base de datos para futuras comunicaciones.

12. Mantenimiento de interactividad:

Fomenta comentarios y respuestas. Responde activamente para construir una comunidad participativa.

13. Actualizaciones y mantenimiento:

Actualiza regularmente el contenido existente y publica nuevas entradas para mantener el interés. Elimina enlaces rotos y asegúrate de que la información esté siempre actualizada.

14. Monitoreo de competencia:

Observa las estrategias de blog de otras bandas y adapta tu enfoque según las mejores prácticas del sector.

Estrategia de Redes Sociales:

1. Selección de plataformas:

- Identificar las plataformas más efectivas para el público objetivo.
- Herramientas: Análisis demográfico de plataformas.

2. Contenido visual atractivo:

- Publicar fotos, videos y contenido visual atractivo y auténtico.
- Herramientas: Canva, Adobe Spark, programas de edición de video.

3. Engagement:

- Fomentar la participación a través de preguntas, encuestas y desafíos.
- Herramientas: Encuestas en redes sociales, análisis de participación.

4. Campañas publicitarias:

- Utilizar campañas publicitarias para promocionar eventos, lanzamientos, etc.
- Herramientas: Facebook Ads, Instagram Ads, Twitter Ads.

5. Monitorización:

- Monitorizar las menciones y comentarios para mantener una imagen positiva.
- Herramientas: Alertas de Google, herramientas de monitoreo de redes sociales.

Después de recopilar y analizar los datos, identificamos áreas de mejora y oportunidades para implementar cambios en las estrategias de Besana. Además, aprenderemos de las estrategias exitosas de Maneskin y cómo aplicarlas de manera efectiva.

Estrategia de redes sociales de Besana

Instagram (Conectar, Cercanía y Emociones, Historia y Magia): Utilizamos Instagram para conectarnos con nuestros fans y brindarles una experiencia emocionalmente cercana. A través de imágenes y videos, compartimos la historia y la magia detrás de cada show y los momentos más especiales de la banda. La plataforma es ideal para transmitir emociones, capturar la esencia de nuestros conciertos y establecer una relación personal con nuestros seguidores.

Facebook (Fidelizar, Cercano y Emocional, Argumentativo y Extenso): En Facebook, nos enfocamos en fidelizar a nuestra audiencia a través de contenido más argumentativo y extenso. Proporcionamos información detallada sobre nuestros eventos, lanzamientos de música y noticias de la banda. Esto nos permite mantener a nuestros seguidores informados y comprometidos en conversaciones más largas, estableciendo una relación cercana y emocional con ellos.

TikTok (Visualizaciones, Cercanos, Corto y Claro): En TikTok, buscamos maximizar la visibilidad y el alcance. Creamos contenido corto y claro que atrae la atención de nuestra audiencia de manera instantánea. Esto nos permite llegar a una audiencia más amplia y mantenernos cercanos a nuestros seguidores a través de videos y entretenidos que son fáciles de consumir y compartir.

3. Objetivos:

Instagram:

Conectar emocionalmente con los seguidores y transmitir la historia de Besana, de manera íntima y seria, usándola como un brochure.

Facebook:

Fidelizar a la audiencia proporcionando contenido más largo y detallado para mantener a la audiencia informada sobre eventos, lanzamientos de música y noticias de la banda, fomentando conversaciones y relaciones cercanas.

TikTok:

Maximizar visualizaciones y mantenerse cercanos a la audiencia a través de las tendencias, adaptándolas a los sonidos alternativos característicos de la banda.

4. Tono que se usará: cercano y emocional no obstante minimalista, implementar el uso de emojis y fomentando el llamado a la acción en forma de conversación bilateral.

5. Distribución del contenido por red:**Instagram:**

Carrusel de imágenes

Reels

Historias

Inmiscuir a la audiencia a los momentos íntimos de la banda, al día a día, al backstage y detrás de cámaras de toda la producción de cada momento.

Facebook:

Álbumes de fotos Links

Los contenidos entre sí se complementan y nos permiten redireccionar a la audiencia a otras plataformas digitales y finalmente generar más visualizaciones.

TikTok:

Videos cortos

Para que la audiencia mantenga conectada a través de un hilo conductor que siempre haya algo más para contar en el siguiente y generar expectativa.

5. HT y justificarlos:

#besanasound: Dado que Besana ha adaptado su estilo musical a sonidos contemporáneos sin perder su identidad distintiva, este hashtag destaca su sonido único y puede ser utilizado para promocionar sus últimas canciones, colaboraciones y cualquier contenido relacionado con su música.

#elfuturodelamusica: Este hashtag representa la innovación y la vanguardia musical de Besana al fusionar sonidos contemporáneos con su estilo distintivo. Subraya su papel como pioneros, contribuyendo al futuro de la música con su enfoque audaz y creativo, marcando el camino para las generaciones venideras de artistas.

#besanaband: Este hashtag establece la identidad en línea de Besana como una banda apasionada y dedicada. Sirve como un punto de encuentro para fanáticos, facilitando la promoción de su música y creando una comunidad virtual sólida. Además, ayuda a Besana a destacarse en el saturado mundo musical al promover su nombre y actividades de manera coherente y reconocible en plataformas digitales y redes sociales.

7. Horarios de publicación Instagram:

Los mejores momentos para publicar en Instagram suelen ser durante los días laborables, de martes a jueves. Alrededor de las 5 PM

Facebook:

Para Facebook, los días laborables, de martes a jueves, tienden a ser buenos días para publicar. Alrededor de las 12 PM, y después del trabajo, alrededor de las 6 PM, puede ser efectivo para llegar a una audiencia activa.

TikTok:

TikTok es una plataforma con un público principalmente joven y suelen estar activos después de la escuela o el trabajo, por lo que los mejores momentos para publicar suelen ser por la tarde. Alrededor de las 6 PM y las 10 PM.

Cronograma mes

MES	TEMA	OBJETIVO	RRSS	TIPO DE CONTENIDO	HT
Enero	Backstage antes de un show en la Feria de Manizales	Generar expectativa y emoción entre los seguidores antes del show en la Feria de Manizales.	Facebook e Instagram	Carrusel fotos	#feriademanizales2024 #besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica
	Fragmentos de la actuación en vivo y un mensaje de agradecimiento a la audiencia	Agradecer a la audiencia por su apoyo y capturar la emoción del concierto en vivo.	Instagram y Tiktok	Reels y video	#gracias #besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica
	Interacción preguntando a los seguidores sobre su canción favorita de la banda	Fomentar la interacción y la participación de la audiencia.	Instagram	Carrusel	#micancionfavoritaes #besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica
	"Detrás de la Música" que muestra la historia de la banda y su evolución	Compartir la historia de la banda, conectar emocionalmente con los seguidores y reforzar la identidad de la banda.	Facebook e Instagram	Álbumes y reel	#detrasdelamúsica #besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica


Cronograma semanal

SEMANA	HORA	RRSS	TEMA	TIPO DE CONTENIDO	COPY	HT
DÍA 1	6:15 p. m.	Instagram y facebook	Anuncio del próximo concierto, incluyendo fecha, ubicación y enlaces de compra de boletos	Post del evento	¡No te lo puedes perder! 🎤 Anunciamos nuestro próximo concierto en [Fecha] en [Ubicación]. ¡Prepárate para una noche llena de música y diversión! Compra tus boletos ahora: [Enlace]	#besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica #proximoeventobesana
DÍA 2	12:00 p. m.	Facebook	Publicación extensa que destaca la historia y los logros de la banda	Álbum de fotos a través de la historia de la banda	En [Año de inicio], comenzamos nuestra travesía musical con un sueño: compartir nuestra música con el mundo. A lo largo de los años, hemos alcanzado hitos inolvidables, desde nuestro primer sencillo hasta [destacar logros importantes]. Gracias por ser parte de nuestra historia. ¡El viaje	#besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica #travesiamusical
DÍA 3	7:00 p. m.	Tiktok	Video en vivo de una interpretación acústica de una canción popular	En vivo	Estaremos interpretando para ti tus canciones de favoritas de [Artista]	#besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica #interpretamosparati
DÍA 4	6:00 p. m.	Intagram, Facebook y Tiktok adaptado a cada una	Anuncio de una nueva colaboración con otro artista, con un adelanto de la canción	Insta. y Tiktok: video Face: imagen y link	¡Grandes noticias! Estamos emocionados de anunciar nuestra colaboración con [Nombre del Artista] en una nueva canción. Aquí tienes un adelanto exclusivo. 🎧 ¡Mantente atento para más detalles!	#besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica #colaboracion
DÍA 5	6:15 p. m.	Facebook e Instagram	Compartir fotos de fans que han creado arte inspirado en la banda	Carrusel de imágenes	Nuestros seguidores son increíbles. Mira esta asombrosa muestra de creatividad inspirada en nuestra música. 🎨 ¿Tienes arte que quieras compartir con nosotros? ¡Etiquétanos para que lo veamos!	#besanasound #besanaband #elfuturodelamúsica #arteinspirador

Audiencia

Se empleó HubSpot para elaborar el Buyer Persona, considerando aspectos como demografía, intereses, edades y profesiones, entre otros.

Javier

 <p>Nombre Javier</p> <p>Puesto Planner</p> <p>Edad Entre 18 y 24 años</p> <p>Nivel de educación más alto Universidad no finalizado</p> <p>Redes sociales f, @, t, in, p</p> <p>Industria Marketing</p> <p>Tamaño de la organización Entre 1 y 10 empleados</p>	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Mensajes de texto • En persona 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de gestión de contenido • Servicios de almacenamiento en la nube • Software de programación de empleados • Programas de procesamiento de texto • Correo electrónico • Software de creación de informes
	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Tener al día todas las fechas de publicación de contenido.</p>	
	<p>Su superior es</p> <p>CEO</p>	<p>Su trabajo se mide en función de:</p> <p>Respecto a los índices de crecimiento en redes respecto a sus fechas de publicación.</p>
	<p>Obtiene información a través de:</p> <p>Investigación, análisis de mercado, entrevista al cliente</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Engagement, ingresos, crecimiento de la página.</p>
		<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones y comunicaciones con el cliente • Comunicación • Desarrollo profesional • Gestión del cambio

Javier es un joven de 20 años con una mentalidad abierta y apasionado por el marketing digital. Le encanta estar al tanto de las últimas tendencias en redes sociales y estrategias de publicidad en línea. Disfruta de la creatividad y la resolución de problemas. En su tiempo libre, busca inspiración en blogs y podcasts relacionados con el marketing. Javier es ambicioso y sueña con tener un impacto en el mundo del marketing digital.

Sofía

 <p>Nombre Sofía</p> <p>Puesto Community Manager de u</p> <p>Edad Entre 18 y 24 años</p> <p>Nivel de educación más alto Universidad no finalizado</p> <p>Redes sociales f, @, t, in, p</p> <p>Industria Publicidad</p> <p>Tamaño de la organización Trabajador independiente</p>	<p>Canal favorito de comunicación</p> <p>instagram y Whatsapp empresarial</p>	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas contables y de finanzas • Sistemas de gestión de contenido • Correo electrónico • Gestión de proyectos
	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Creación de contenido y realización de relaciones públicas</p>	
	<p>Su superior es</p> <p>Director de la agencia</p>	<p>Su trabajo se mide en función de:</p> <p>por medio del crecimiento y el reconocimiento de la página web</p>
	<p>Obtiene información a través de:</p> <p>por medio de redes sociales y diferentes encuestas online</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Aumentar el número de clientes de su empresa expresado en nuevos ingresos</p>
		<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones y comunicaciones con el cliente • Comunicación • Resolución de problemas y toma de decisiones • Gestión del cambio • Recursos

Sofía es una estudiante de 19 años con un espíritu creativo y una fuerte pasión por la publicidad. Le encanta la idea de crear campañas publicitarias impactantes y cautivadoras. Es una amante de las redes sociales y sueña con convertirse en una exitosa Community Manager. Sofía es una persona sociable, le gusta interactuar con la comunidad en línea y se esfuerza por mantenerse actualizada sobre las últimas tendencias en redes sociales.

Camila

	Canal favorito de comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Mensajes de texto • En persona 	Herramientas que necesita para trabajar <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de gestión de contenido • Servicios de almacenamiento en la nube • Software de programación de empleados • Programas de procesamiento de texto • Software de CRM • Software de facturación • Software de creación de informes
Nombre Camila	Responsabilidades laborales Crear facilidad y accesibilidad en las diferentes plataformas web	
Puesto Diseñadora web		
Edad Menos de 18 años		
Nivel de educación más alta Universidad no finalizada		
Redes sociales 	Su superior es cco	Su trabajo se mide en función de
		Respecto a la facilidad de la interacción del cliente en la página web
Industria Tecnología	Obtiene información a través de respecto a encuesta de experiencia del cliente en la web	Metas u objetivos Crear ayudas y facilitar la experiencia online del cliente
Tamaño de la organización Trabajador independiente		
		Dificultades principales <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Resolución de problemas y toma de decisiones • Recursos • Colaboración y creatividad

Camila, de 18 años, es una joven tecnológica con una fuerte inclinación hacia el diseño web. Es detallista, creativa y le apasiona el mundo de la tecnología y el diseño. Se siente atraída por la idea de crear páginas web empresariales atractivas y funcionales. Camila es emprendedora y le gusta abordar proyectos desafiantes. Además, tiene un interés especial en el desarrollo empresarial y busca oportunidades para combinar su amor por la tecnología con su espíritu emprendedor.

Medición

La medición de una estrategia de blog marketing y redes sociales es esencial para evaluar su efectividad y realizar ajustes según sea necesario. Aquí te dejo algunas métricas clave y herramientas que puedes utilizar para medir el rendimiento de estas estrategias:

1. Tráfico del sitio web:

Métricas Clave: Número de visitantes, páginas vistas.

Herramientas: Google Analytics, herramientas integradas en plataformas de blogs.

2. Tiempo en el sitio:

Métricas Clave: Promedio de tiempo que los usuarios pasan en el sitio. Herramientas: Google Analytics.

3. Tasa de rebote:

Métricas Clave: Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio después de ver solo una página.

Herramientas: Google Analytics.

4. Interacciones y comentarios:

Métricas Clave: Número de comentarios, compartidos y likes en publicaciones. Herramientas: Comentarios en el blog, análisis de redes sociales.

5. Conversiones:

Métricas Clave: Número de conversiones a través de CTAs (registros, compras, etc.).
Herramientas: Google Analytics, datos de ventas.

6. SEO:

Métricas Clave: Posicionamiento en motores de búsqueda para palabras clave relevantes.
Herramientas: Google Search Console, SEMrush, Ahrefs.

7. Datos de audiencia:

Métricas Clave: Crecimiento de la lista de correo, datos demográficos de la audiencia.
Herramientas: Formularios de suscripción, análisis de datos.

Métricas para medir la estrategia de redes sociales:

1. Engagement:

Métricas Clave: Likes, comentarios, shares, clics en enlaces.
Herramientas: Estadísticas integradas de redes sociales, herramientas de análisis.

2. Alcance:

Métricas Clave: Número de personas que ven el contenido. Herramientas:
Estadísticas de redes sociales.

3. Crecimiento de seguidores:

Métricas Clave: Número de nuevos seguidores. Herramientas:
Estadísticas de redes sociales.

4. CTR (Clic-Through Rate):

Métricas Clave: Porcentaje de personas que hacen clic en enlaces. Herramientas:
Google Analytics, estadísticas de redes sociales.

5. Conversaciones y respuestas:

Métricas Clave: Número de respuestas y conversaciones iniciadas. Herramientas: Herramientas de análisis de redes sociales.

6. Análisis de Hashtags:

Métricas Clave: Popularidad y alcance de los hashtags utilizados. Herramientas:
Herramientas de análisis de redes sociales.

7. Sentimiento del usuario:

Métricas Clave: Evaluación general de comentarios y menciones. Herramientas:
Herramientas de análisis de redes sociales.

8. Conversión de Redes Sociales:

Métricas Clave: Número de conversiones desde redes sociales. Herramientas: Google Analytics.

Acciones a tomar basadas en las métricas:

1. Identifica fortalezas y debilidades:

Analiza qué aspectos de tu estrategia están funcionando bien y cuáles necesitan mejoras.

2. Ajusta contenido:

Modifica tu enfoque de contenido según lo que resuena mejor con la audiencia.

3. Optimiza SEO:

Ajusta estrategias de palabras clave y contenido para mejorar el posicionamiento en buscadores.

4. Refina estrategia de redes sociales:

Ajusta la frecuencia de publicaciones, tipos de contenido y enfoques de interacción.

5. Experimenta con nuevas ideas:

Introduce nuevas ideas y formatos para mantener la frescura y el interés.

6. Personalización:

Personaliza el contenido según los segmentos de audiencia que están respondiendo mejor.

7. Fomenta la interactividad:

Responde activamente a comentarios y participa en conversaciones en redes sociales.

