

# ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA

## FASE DE INVESTIGACIÓN

### 1.- LISTENING:

Cómo se comporta la audiencia en internet.

Busquedas orgánicas de palabras claves.

Sentimientos de las conversaciones en las redes sociales.

Oportunidades relevantes que debe tomar la marca.

### 2.- BENCHMARK:

Análisis cuantitativo con los indicadores relevante a evaluar de tu competencia directa e indirecta.

Análisis cualitativo de la competencia.

## FASE DE ESTRATEGIA

### 1.- ¿QUÉ QUIERO LOGRAR?

Mi objetivo (SMART) en las redes sociales.

### 2.- ¿POR QUÉ QUIERO LOGRAR ESTO?

Quiero lograr esto en las redes sociales porque contruye en mi obejtivo de marca o negocio.

### 3.- ¿CÓMO VOY A LOGRARLO?

Resumen de mi estrategia en las redes sociales

### 4.- PERSONIFIQUEMOS A LA MARCA

Si la marca fuera una persona como sería

### 5.- AUDIENCIA OBJETIVA EN RRSS

### 6.- LÍNEA DE CONVERSACIÓN

De que voy a hablar

Pilares o bloques de contenido

Línea de contenido

Palabras claves que debo tomar en cuenta

Etiquetas (#)

Tipo de contenido

Ejemplo del contenido por plataforma

# ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA

## 7.- ECOSISTEMA SOCIAL

Rol de cada plataforma social

Contenido a publicar por plataforma

Conexión entre las plataformas

## 8.- KPI'S

Indicadores que midan mes a mes el cumplimiento del objetivo

## 9.- ACCIONES CREATIVAS

Debe existir un WAO, algo que enamore a nuestra audiencia.

Esta acción debe tener un objetivo, plataforma núcleo, plataforma dinamizadoras y que KPI'S queremos lograr con esa acción.

## 10.- PLANIFICACIÓN DE MEDIOS PAGOS

Sii necesitamos invertir es bueno reflejarlo en la estartegia inicial.