



SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

CELEBRITIES | GREAT BRANDS | MEDIA GROUPS



Máster en Dirección estratégica e innovación en comunicación

El día que te convertiste en una marca



Jordi Climent i Martí

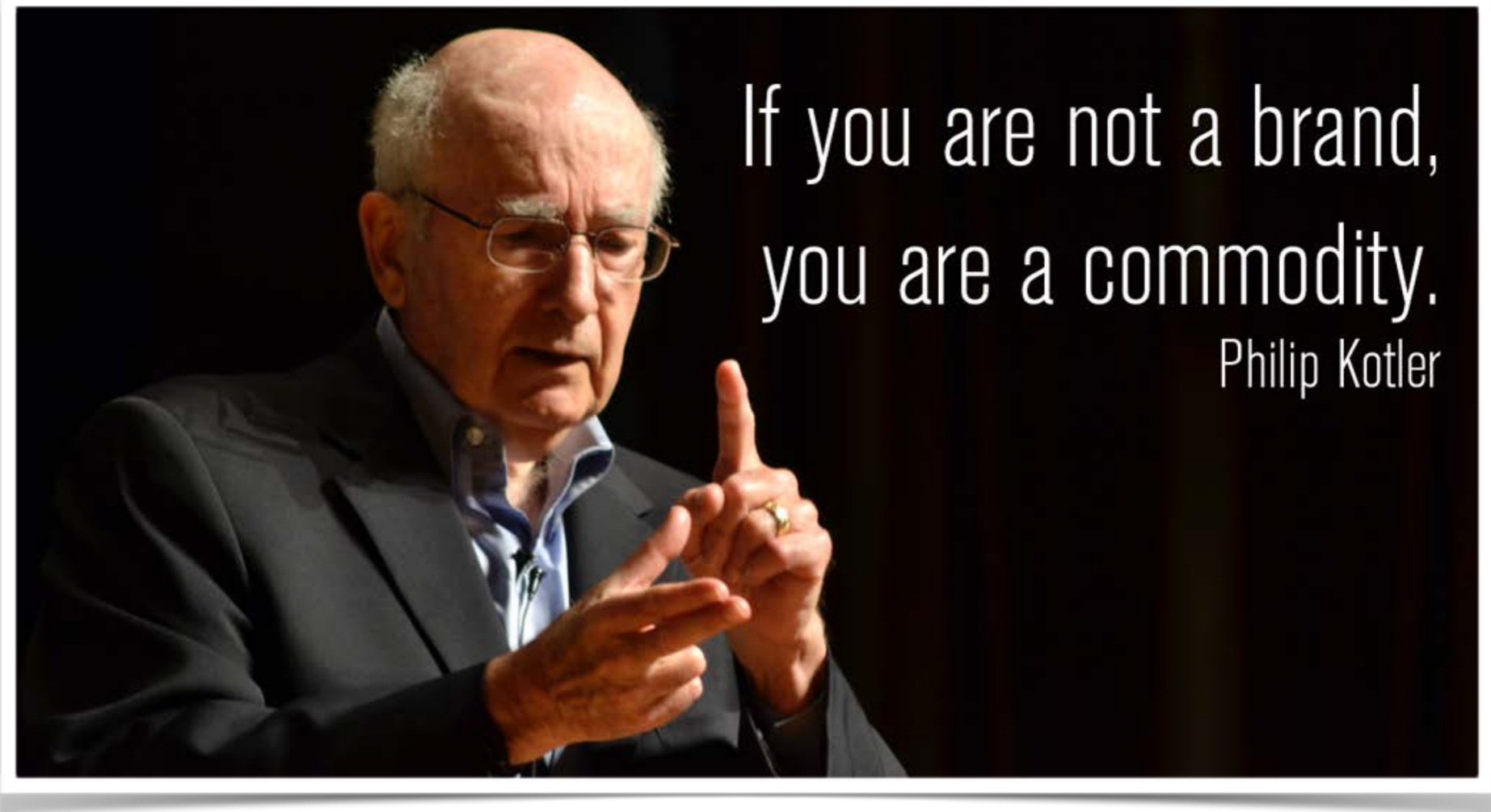
CEO

soozon | social media strategy

#gentesonriente®

pero antes de empezar

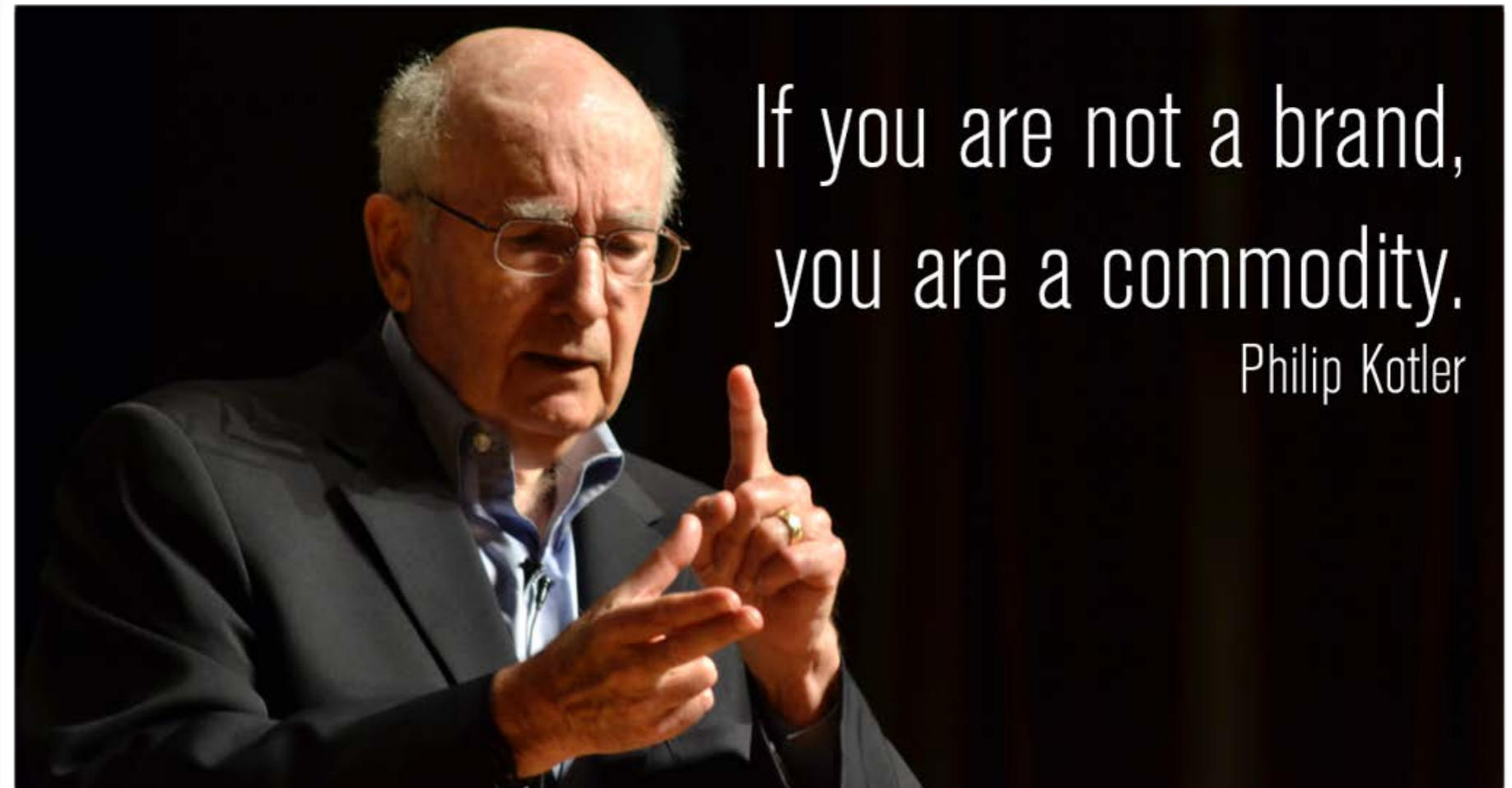




UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

The art of marketing
is the art of brand building.



Then price is everything
and the low-cost producer is the only winner.

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

No me interesa lo que eres, sinó lo que haces.

El currículum ha pasado a mejor vida. Siempre encontramos lo mismo.

Quiero saber en qué te diferencias de los demás y descubrirlo yo solo.

Pero antes, debes saberlo tú.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Imagen ©Freepik

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

¿Qué representa tu marca (o sea, tú)?

- ¿Cómo te posicionas?
- ¿Cuáles són tus objetivos?
- ¿Qué estrategia tienes?
- ¿Es suficiente, el mundo *on*?
- ¿Quién define tu valor, tú o tu cliente?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Imagen ©Freepik

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El marketing de atracción

El cliente llega a ti a través de Internet o de los medios sociales.

Ha mostrado interés por uno o varios de los contenidos que has publicado.

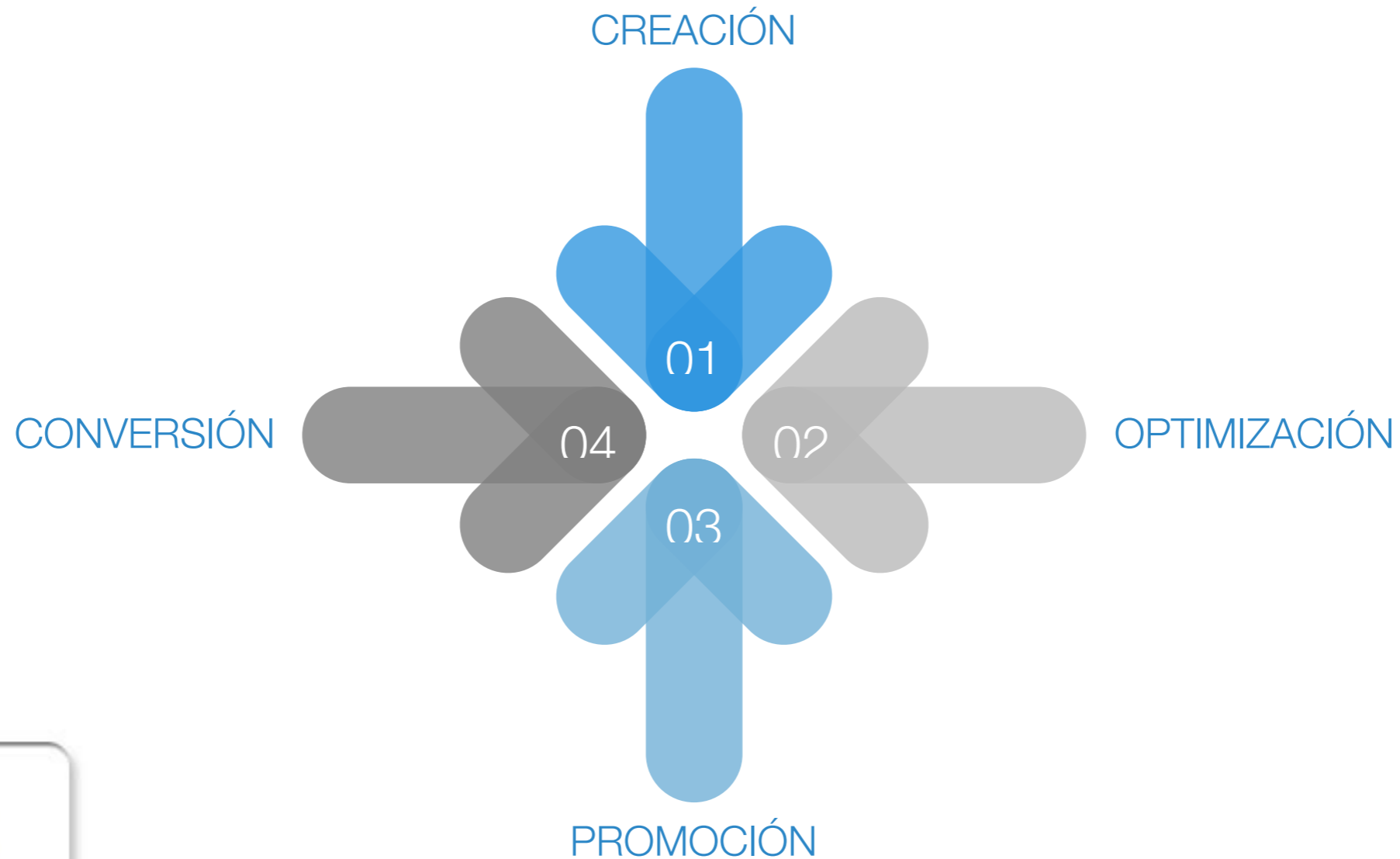


UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Imagen ©Freepik

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El marketing de atracción



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

ACTUALIDAD

OBJETIVOS

ESTRATEGIA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE



El social media plan

Punto de partida | Perfil empresarial de la marca

- ¿Dónde nos encontramos?
- ¿Cual es nuestra trayectoria?
- Misión, visión y valores.



El social media plan

Punto de partida | Presencia en Internet

- ¿Tenemos blog?
- ¿Tenemos presencia en medios sociales? ¿En cuáles?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Imagen ©Freepik

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE



El social media plan

Punto de partida | Presencia en Internet

- Analizemos esa presencia.
 - Seguidores, fans o suscriptores.
 - Demografía.



El social media plan

Punto de partida | Presencia en Internet

- Líderes de opinión y stakeholders
- Engagement



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Imagen ©Freepik

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Punto de partida | DAFO

INTERNAS

DEBILIDADES

FORTALEZAS

EXTERNAS

AMENAZAS

OPORTUNIDADES

Imagen ©Freepik



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Punto de partida | Análisis de la competencia

- ¿Dónde están?
- ¿Cual es su trayectoria?
- Misión, visión y valores.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Punto de partida | Análisis de la competencia

- ¿Tienen blog/Web?
- ¿Tienen presencia en medios sociales?
¿En cuáles?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Punto de partida | Análisis de la competencia

- Presencia.
 - Seguidores, fans o suscriptores
 - Engagement



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Objetivos cualitativos

- Ejemplos
 - Aumentar la notoriedad de la marca.
 - Disponer de blog/web
 - Incrementar el número de fans...



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Objetivos cuantitativos

- Ejemplos
- Situar la marca entre las 10 más conocidas del sector.
- Disponer de web/blog antes de 12 meses.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Objetivos cuantitativos

- Incrementar el número de fans un 50% en 12 meses
- ...



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Públicos | Actuales y potenciales

- ¿Quiénes són?
- ¿Dónde están?
- ¿Qué intereses tienen?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Públicos | Actuales y potenciales

- ¿Cómo contacto con ellos?
- ¿Son activos?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Públicos | Prescriptores

- ¿Quiénes són?
- ¿Dónde están?
- ¿Qué intereses tienen?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Públicos | Prescriptores

- ¿Cómo contacto con ellos?
- ¿Son activos?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- ¿De cartera?
- ¿De segmentación?
- ¿De posicionamiento?
- ¿Funcional?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Ejemplos:
 - Crearé perfiles en Twitter e Instagram
 - Crearé una página en Facebook
 - Crearé un canal en YouTube



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Crearé una web/blog
- Publicaré dos veces por semana en la web/blog y un par de veces cada día en medios sociales, excepto en YouTube, donde subiré un vídeo cada martes a las 10.30.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Daré la bienvenida a cada nuevo suscriptor, fan o seguidor.
- Responderé todos los comentarios.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Todas mis publicaciones tendrán foto o vídeo.
- Haré vídeos en directo (uno por semana)



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Estableceré una metodología de trabajo en medios sociales.
- Llevaré a cabo acciones específicas para captar más seguidores, fans i suscriptores.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Invertiré en campañas en Google Adwords, Facebook Ads, Twitter e Instagram.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Estrategia

- Incrementaré mi masa social un 35% durante la aplicación del plan.
- Conseguiré tres clientes (o un puesto de trabajo) en los próximos 12 meses...



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Acción de arranque

La acción de arranque nos ayuda a obtener mayor visibilidad. Se trata de idear y ejecutar una acción impactante (un evento, un sorteo, una inversión importante en publicidad...)



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Contenidos

La finalidad debe ser derivar todo el tráfico de medios sociales hasta nuestra web/blog, donde no tenemos limitaciones de espacio y donde podemos añadir otro tipo de contenidos.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Contenidos

Además, deberemos tener una línea comunicativa homogénea y un plan de acción semanal.

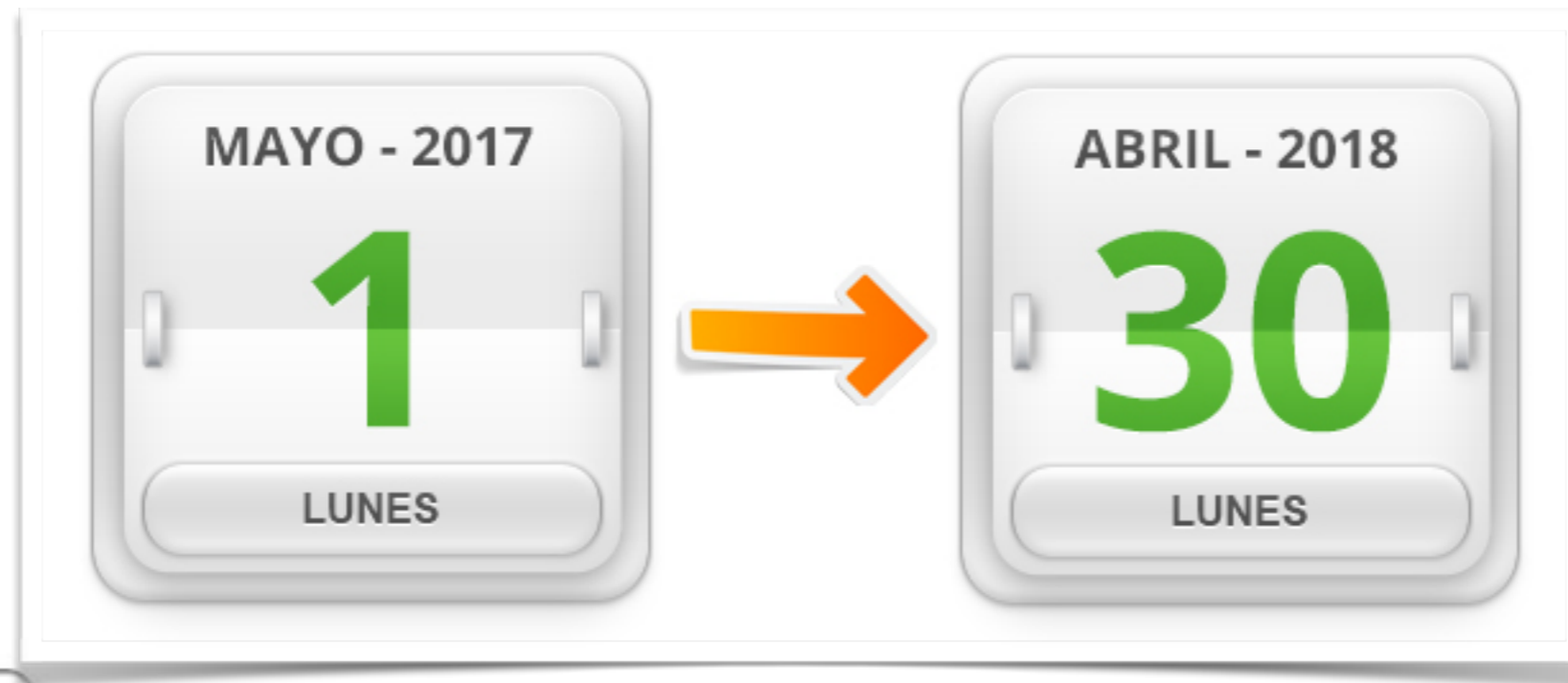


UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Calendario



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Guía de estilo

- ¿Cuál será nuestra URL?
- ¿Cuál será el estilo de nuestras publicaciones?
- ¿Cómo nos relacionaremos con el público?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Guía de estilo

- ¿Qué diseño utilizaremos?
- ¿Cómo serán nuestros canales en medios sociales?
- ¿Serán homogéneas, nuestras campañas?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Recursos

- ¿Lo haremos nosotros o contrataremos a alguien?
- ¿En caso de contratar, será el total o una parte?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Recursos

- ¿De cuánto disponemos para nuestras campañas?
- ¿Vamos a invertir recursos en acciones *off*?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Plan de crisis

Se considera crisis cualquier situación que ponga en duda la calidad de nuestro producto o la de nuestros contenidos, con independencia del número de fans, seguidores o suscriptores implicados.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Plan de crisis

¿Cómo vamos a resolverlo?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Medición de resultados

Durante y una vez finalizado el plan:

- ¿Hemos conseguido nuestros objetivos?
- Qué herramientas vamos a utilizar para saberlo?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

El social media plan

Medición de resultados

- ¿Con qué periodicidad vamos a realizar informes?
- ¿Qué margen de maniobra tenemos?



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

Para acabar

No debemos olvidar el mundo *off line*. Todo no se consigue a través de los medios sociales, tan solo son una de las patas de nuestra acción. No olvidemos asistir a networkings, dar tarjetas, contar con nuestro entorno...



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

Bonus track

- Reciprocidad
- *Likeability*
- Constancia



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

Bonus track

- Authority
- Social proof
- Escasez



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE



Gracias por vuestra atención



Jordi Climent i Martí

CEO

soozon | social media strategy

#gentesonriente®

soozon

SOCIAL MEDIA STRATEGY

SMALL DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

