



# CÓMO CREAR MARCAS EXITOSAS EN INTERNET

por Vilma Núñez (@vilmanunez)

 *Vilma Núñez*



# INTRODUCCIÓN

## MARCAS EXITOSAS

La verdad es que no existe ninguna fórmula secreta para crear marcas exitosas, cada marca es diferente y por ende su estrategia de posicionamiento también lo será. Sin embargo existen técnicas de marketing y comunicación que pueden ayudar a crear marcas que consiguen conectar con su público de una manera especial.

Está claro que vivimos en una época donde por cada marca existen otras tres parecidas, sin embargo con toda esta saturación está claro que sólo sobrevivirán las que mejor conecta con su audiencia y las más inteligentes. Llamo inteligentes aquellas marcas que son capaces de adaptarse a la situación actual.



# ÍNDICE

## ¿ESTO DE QUÉ VA?

- Qué es una marca
- Cómo crear una marca
- Cómo definir la personalidad de marca
- Cómo crear una identidad visual
- Cómo crear una identidad digital
- Cómo posicionar una marca en Internet

1

# ¿QUÉ ES UNA MARCA?



## **LAS MARCAS**

Qué hay detrás de una marca: beneficios, promesa y experiencias.

# QUÉ ES UNA MARCA

## QUÉ ES **UNA MARCA**

### UNA IDEA

QUE SOLUCIONA UN  
PROBLEMA

### UNA ALTERNATIVA

QUE OFRECE MEJORES  
SOLUCIONES

### UNA IDENTIFICACIÓN

PARA UN NEGOCIO

### LA PERCEPCIÓN

QUE TIENEN LOS DEMÁS  
DE TU NEGOCIO



## QUÉ ES UNA MARCA

# QUÉ ES UNA MARCA

*“Your brand is what other people say  
about you when you’re not in the  
room”*

Jeff Bezos, fundador Amazon.com



## QUÉ ES UNA MARCA

# TIPOS DE MARCAS

**Marcas de productos**

**Marcas de servicios**

**Marcas de negocios**

**Marcas de geográficas**

**Marcas de culturales**

**Marcas de personas**

**Marcas de celebridades**



2

# ¿CÓMO CREAR UNA MARCA?



## **PASOS PARA CREAR MARCA**

Descubre los pasos necesarios para crear una marca

# CÓMO CREAR UNA MARCA

## CÓMO CREAR UNA MARCA

Para crear una marca digital es importante iniciar desde lo básico hasta lo más complejo. A continuación una lista de los pasos a tener en cuenta para crear una marca digital:

### DEFINICIÓN MARCA

¿Qué hay detrás de la marca?

### VISIÓN MARCA

¿Qué quiere conseguir la marca?

### SERVICIOS/PRODUCTOS

¿Qué catálogo tiene la marca?

### BENEFICIOS

¿Qué beneficios ofrece la marca?

### VALOR

¿Qué aporta la marca? ¿Qué diferencia a la marca de las demás?

### IDENTIDAD E IMAGEN DE MARCA

¿Cómo se define y visualiza a la marca? ¿Cómo se posiciona en Internet la marca?



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# LAS TRES C DE UNA MARCA

Tres factores muy importantes en la creación de una marca:

### CREDIBILIDAD

La sensación de confianza que muestra una persona con una marca.

### CLARIDAD

Valores claramente definidos que diferencien a una marca de otra.

### CONSISTENCIA

Consistencia en los valores y en la imagen de la marca.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# DEFINICIÓN DE UNA MARCA

## Naming

Qué nombre tendrá la marca.

## Eslogan

Es una frase indicativa de la marca. Un buen eslogan debería estar basado en las siguientes recomendaciones:

- Una frase que destaque el valor diferencial de la marca
- Una frase que incentive a los consumidores
- Una frase distinta y original
- Una frase que incluya llamada a la acción



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# DEFINICIÓN DE UNA MARCA

## Corta

Bloonder es la primera plataforma en español que te permite crear concursos para Twitter, Facebook y Blogs que aumentan la visibilidad de tu marca, tu comunidad de seguidores y generan una buena base de datos.

## Larga

Bloonder es una startup creada por jóvenes emprendedores que vieron en el mundo de los concursos online una necesidad que requería ser cubierta. A través de esta herramienta los usuarios y marcas pueden crear concursos para Twitter, Facebook y blogs. El objetivo de la plataforma es ofrecer una experiencia única para cada organizador. Dejando a atrás el concepto de plan básico o marca blanca, en Bloonder cada organizador crea su concurso según sus necesidades y presupuesto.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

**VISIÓN DE UNA MARCA** bloonder 

# Donde quiere llegar la marca

La visión de Bloonder es convertirse en la herramienta para crear concursos online de referencia en el mercado de habla hispana. Conseguir ganar territorio y pasarle a las demás.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# SERVICIOS/PRODUCTOS DE UNA MARCA



## Servicios

Recopilación de los servicios que la marca ofrece:

- Consultoría para pymes en temas de concursos online
- Creación, gestión y promoción de concursos online

## Productos

Recopilación de los productos que la marca ofrece:

- Concursos y sorteos en Twitter, Facebook y blogs
- Cursos de formación para creación de concursos



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# BENEFICIOS DE UNA MARCA



## Beneficios funcionales

- Concursos y sorteos fáciles de crear
- Mejores precios del mercado
- Plataforma en español
- Ofrece funcionalidades que ninguna otra herramienta ofrece

## Beneficios emocionales

- Marca accesible
- Marca moderna y visualmente atractiva
- Marca espontánea que trata a sus clientes con un trato especializado
- Marca que ayuda 24/7 a clientes y no clientes a través del blog y cursos de formación



## CÓMO CREAR UNA MARCA

## BENEFICIOS DE UNA MARCA

# Self-expressive benefits

Se trata de aquellos beneficios que el usuario se atribuye por el hecho de tener un producto de una determinada marca o utilizar un servicio específico de una marca.

## Ejemplos

- Ser cool y estar a la moda por tener productos de Apple
- Ser elegante, de buen gusto y de buena billetera por tener un Louis Vuitton
- Tener clase por llevar un coche de lujo



## CÓMO CREAR UNA MARCA

## VALOR DE UNA MARCA

# Brand Equity

Es el valor que tiene tu marca para generar más ventas gracias a la notoriedad de marca. Como es lógico mientras más reconocida es una marca más ventas puede generar de sus productos y servicios.

# Pilares de Brand Equity

- Valores **tangibles**, aquellos relacionados a los ingresos que genera una marca y los valores **intangibles** relacionados a la notoriedad de una marca.
- Opiniones positivas y negativas de una marca



## CÓMO CREAR UNA MARCA

## VALOR DE UNA MARCA

# Valores Brand Equity

- La **notoriedad** de marca: la capacidad que tienen los usuarios para reconocer una determinada marca y asociarla con otra.
- Las **asociaciones** de marca: los elementos (imágenes o símbolos) que se asocian a determinadas marca, por ejemplo: la manzana con Apple.
- La **calidad percibida** de la marca: la opinión de los consumidores con respecto a la calidad de los productos y servicios de una marca



## CÓMO CREAR UNA MARCA

## VALOR DE UNA MARCA

# Etapas de brand Equity

- **Notoriedad de marca:** el reconocimiento de una marca, es decir que los consumidores son conscientes de que existe esa determinada marca.
- **Reconocimiento de marca:** los consumidores además de reconocer la marca, saben que ofrece y sus diferencias con la competencia.
- **Prueba de marca:** los consumidores han probado los productos de la marca.
- **Preferencia de marca:** los consumidores prefieren a la marca con respecto a otras. Aquí es cuando inicia la conexión emocional con la marca.
- **Lealtad a la marca:** los consumidores tienen una conexión de la marca y demandan los productos o servicios de la misma. Es decir que no la sustituirían por otra.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# IDENTIDAD DE UNA MARCA

## Identidad

La identidad es lo que una marca piensa que es. Es decir de qué forma se visualiza la marca frente a los consumidores. Para la creación correcta y funcional de una marca hay distintos pasos a seguir:

- Definición de una **identidad visual**
- Definición de una **identidad digital**

## Imagen

Lo que perciben los demás de una determinada marca.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# IDENTIDAD DE UNA MARCA

## Identidad visual

La identidad visual se consigue creando los siguientes aspectos:

- Logotipo
- Tipografías
- Colores
- Música
- Recursos visuales (imágenes & símbolos)

En otro capítulo detallaremos cada uno de estos aspectos con ejemplos reales.



## CÓMO CREAR UNA MARCA

# IDENTIDAD DE UNA MARCA

## Identidad digital

- Naming en Internet
- Recursos digitales
- Tono
- Presencia online
  - Web
  - Palabras claves
  - Blog
- Presencia en redes sociales
  - Twitter
  - Facebook
  - Instagram
  - Youtube
  - G+
  - Pinterest



# 3

## ¿CÓMO DEFINIR LA PERSONALIDAD DE MARCA?



### **DETRÁS DE CADA MARCA HAY UNA PERSONALIDAD**

El conjunto de atributos que hace única a una marca

CÓMO DEFINIR LA  
PERSONALIDAD  
DE MARCAS

## DEFINIENDO LA PERSONALIDAD DE UNA MARCA

# Personalidad de marca

La personalidad es lo que hace única a una marca. Son un conjunto de adjetivos que describen a la marca. Dentro de la personalidad de marca tenemos varios aspectos a tratar:

- Atributos
- Promesa
- Asociación
- Tono



## DEFINIENDO LA PERSONALIDAD DE UNA MARCA

# Atributos de marca

Son las asociaciones funcionales y emocionales que se atribuyen a una marca.

- Por ejemplo dos de los **atributos** de Coca-Cola serían compartir y felicidades

# Promesa

La promesa va más allá de explicar lo que la marca es, se trata de comunicar a los usuarios lo que pueden esperar de la marca.

- **Promesa** vilmanunez.com - Ser el blog de habla hispana con más recursos descargables gratuitos



## DEFINIENDO LA PERSONALIDAD DE UNA MARCA

### Asociación

Es cuando el usuario asocia una marca a cualquier cosa.

- Por ejemplo los juegos de casino están asociados a Las Vegas

### Tono

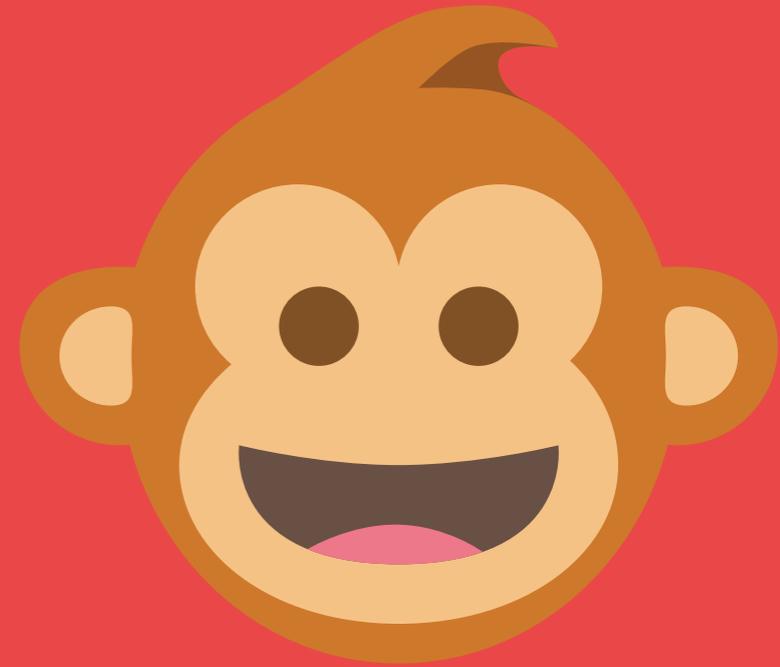
La personalidad es lo que hace única a una marca. Para crear una personalidad es importante definir lo siguiente:

- Idioma - ¿Inglés o español? ¿Ambos?
- Tono de comunicación - ¿Humorístico o informativo? ¿Cercano o lejano? ¿Directo o indirecto?



4

# ¿CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL?



## LA IDENTIDAD VISUAL DE UNA **MARCA**

Ese conjunto de elementos que definen visualmente a una marca.

# LOGOTIPO DE UNA MARCA

## LOGO

### CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL



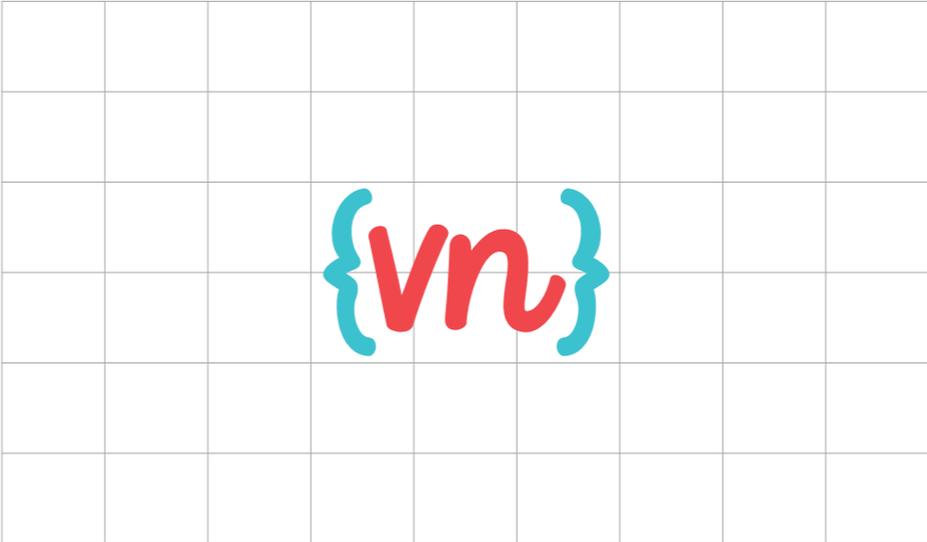
{vn} Vilma Núñez



# LOGOTIPO DE UNA MARCA

## ISOTIPO

CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
VISUAL



# LOGOTIPO DE UNA MARCA

## APLICACIÓN LOGO

### CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL



Negativo



# LOGOTIPO DE UNA MARCA

## APLICACIÓN LOGO

### CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL



Vertical y Horizontal

---



# LOGOTIPO DE UNA MARCA

## APLICACIÓN LOGO

CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
VISUAL



Original



Mínimo



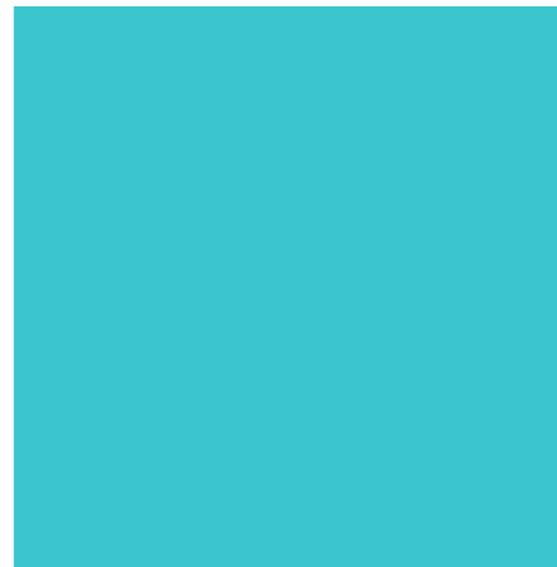
# COLORES DE UNA MARCA

## PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
VISUAL



PANTONE 1234  
CMYK C13% M14% Y15% K16%  
RGB R000 G192 B222



PANTONE 1234  
CMYK C13% M14% Y15% K16%  
RGB R000 G192 B222



PANTONE 1234  
CMYK C13% M14% Y15% K16%  
RGB R000 G192 B222

PANTONE, CMYK, RGB



# TIPOGRAFÍAS DE UNA MARCA

## PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
VISUAL

*ABCDEFGHIJKLMNÑ  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñ  
opqrstuvwxyz*

BREE SERIF

**ABCDEFGHIJKLMNÑ  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñ  
opqrstuvwxyz**

CENTURY GOTHIC

*ABCDEFGHIJKLMNÑ  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñ  
opqrstuvwxyz*

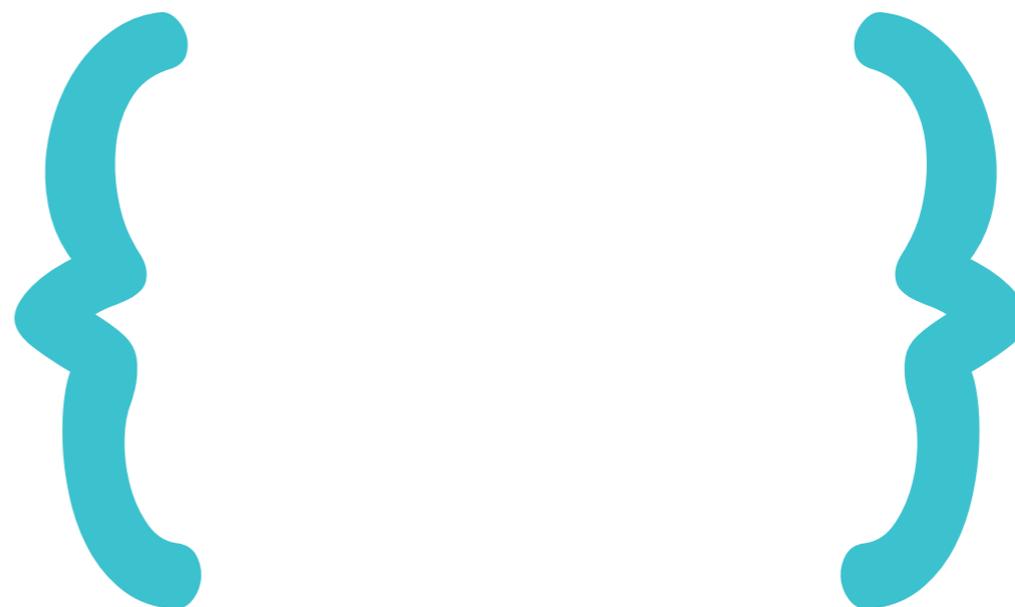
KG ALWAYS



# RECURSOS GRÁFICOS DE UNA MARCA

## SÍMBOLOS

### CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL



# RECURSOS GRÁFICOS DE UNA MARCA

## IMÁGENES / ILUSTRACIONES

### CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD VISUAL



# USOS INCORRECTOS DE UNA MARCA

CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
VISUAL



# 5

## ¿CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL?



### **LA IDENTIDAD DIGITAL DE UNA MARCA**

El conjunto de elementos necesarios para crear la identidad digital de una marca en Internet y redes sociales

## CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

# DIAGNÓSTICO DE **UNA MARCA** EN CANALES ONLINE

Antes de iniciar a trabajar la identidad de una marca en canales online hay que hacer una análisis de la situación actual. Analizar cuál es la presencia que tiene la marca hasta el momento para de ahí extraer mejores y peores prácticas y poder crear una nueva estrategia de identidad.

Para el diagnóstico será necesario medir datos cuantitativos y datos cualitativos.

Datos **cuantitativos**: número de visitas actuales, número de resultados por búsquedas, número de seguidores actuales, etc...

Datos **cualitativos**: reconocimiento de marca, valoración de la marca, etc...



# DIAGNÓSTICO DE UNA MARCA EN CANALES ONLINE

## CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

Ejemplo de plantilla para realizar diagnóstico

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA													
Nombre	Mini bio	Sector	Twitter		Facebook		Youtube			Instagram		Web / Blog	Tráfico web blog / Mes
			Handle [@]	Seguidores	Usuario	fans	Canal	reproducciones	Suscriptores	Usuario	Seguidores		
Vilma Núñez	Blogger, pontente, tuitera	SM, Mkt, Publicidad, Startup	vilmanunez	13K	vilmanunez.marketing	8K	vilmanunez	13K	159	vilmanunez	1.4K	vilmanunez.com	60K

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA						
Promedio Engagement Facebook	Frecuencia contenido	Promedio Engagement Twitter	Frecuencia contenido	Tipología contenidos	Correo	Dirección física
100 me gusta y 15 comentarios por publicación	1 post al día (L-V)	100 menciones al día, 40 replies y 50 retweets	5-7 tweets al día	Noticias, infografías, imágenes, vídeos	<a href="mailto:vilma.nunez@gmail.com">vilma.nunez@gmail.com</a>	Calle X en Madrid, España



## **NAMING DE UNA MARCA EN CANALES ONLINE**

Desafortunadamente los nombres de marca casi siempre están cogidos en medios online. Es decir que alguien ya se adelantó en registrar una web y perfiles online.

Por eso es tan importante definir las adaptaciones del naming de una marca en Internet.

Usualmente las marcas optan por agregar coletillas al final, tales como:

- \_ES (Del país)
- .com (como si fuera del dominio)

También optan por otras alternativas en cuanto a dominios se refiere:

- .es (Del país)
- .co (ya que .com casi siempre está pillado)



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## DISPONIBILIDAD DE NAMING INTERNET

Para comprobar si un nombre ya está registrado en Internet se pueden utilizar herramientas como:

### PARA DOMINIOS

**Dominios**  
Registra o traslada tu dominio

vilmanunez .es **BUSCAR**

### PARA PERFILES EN RRSS

**NameChk** vilmanunez **chk**

Show All (157) Sort by Name Export

Check to see if your desired username or vanity url is still available at dozens of popular Social Networking and Social Bookmarking websites. Promote your brand consistently by registering a username that is still available on the majority of the most popular sites. Find the best username with namechk.

Available Domains: vilmanunez.info vilmanunez.so vilmanunez.me vilmanunez.mobi vilmanunez.biz vilmanunez.us vilmanunez.tv vilmanunez.mx vilmanu

Blogger	taken ✘	deviantART	available ✔	Kaboodle	available ✔	About.me	taken ✘
Facebook	taken ✘	Fanpop	available ✔	hi5	taken ✘	BlinkList	available ✔
YouTube	taken ✘	StumbleUpon	taken ✘	yfrog	available ✔	Families.com	available ✔
eBay	taken ✘	slideshare	taken ✘	DailyBooth	taken ✘	Gogobot	available ✔
twitter	taken ✘	last.fm	taken ✘	Viddler	available ✔	FriendFeed	available ✔



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## CREACIÓN DE NAMING

Si vas a crear una marca nueva y quieres ideas para el nombre y confirmar al misma vez que tengas el dominio registrado de recomiendo utilizar Panabee

The screenshot shows the Panabee website interface. At the top, there is a logo of a panda and the word "Panabee" in orange. Below this is a search bar containing the text "marketing, brand" and an orange "SEARCH" button. Underneath the search bar is a section titled "Domain Name Suggestions .com" with a heart icon. This section displays a list of suggestions:

Suggestion	Action
marketingbrand original	see options
marketingbrand drop last vowel	see price
arketingbrand drop first letter	see price
brarketing merge vowels	see price
marcetingbrand swap "c" for "k"	see price
brandoket mix syllables	see price



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## RECURSOS DIGITALES

Además del logo, una marca puede tener más recursos digitales que le ayuden a posicionar su marca.



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## TODO EN MEDIOS DIGITALES

¿Cómo se comunicarán los distintos mensajes de la marca?

Propósito	Tono	Carácter
Entretener	Humorístico Informal	Personal Emocional Divertido
Vender	Informal Cercano Demostrativo	Honesto Directo Explicativo
Comunicar	Cercano Informal Informativo	Personal Emocional Directo
Generar engagement	Cercano Testimonial Informal	Directo Emocional Personal

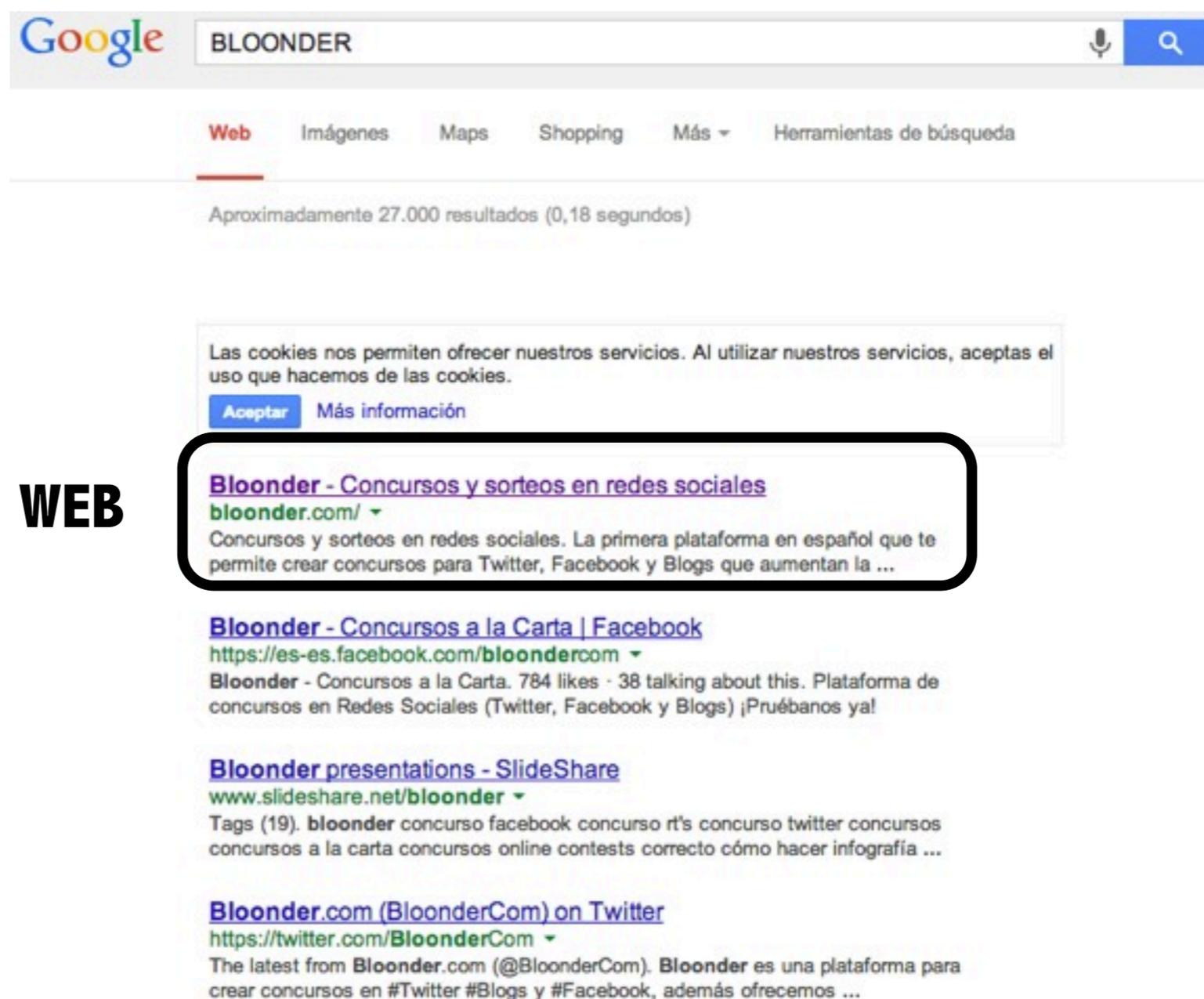


# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## PRESENCIA ONLINE

### WEB

Tener presencia en Internet a través de una página web que contenga todo lo importante de una marca.



Google BLOONDER

Web Imágenes Maps Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 27.000 resultados (0,18 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.  
 Aceptar Más información

**WEB**

**Bloonder - Concursos y sorteos en redes sociales**  
[bloonder.com/](http://bloonder.com/)  
 Concursos y sorteos en redes sociales. La primera plataforma en español que te permite crear concursos para Twitter, Facebook y Blogs que aumentan la ...

**Bloonder - Concursos a la Carta | Facebook**  
<https://es-es.facebook.com/bloondercom>  
 Bloonder - Concursos a la Carta. 784 likes · 38 talking about this. Plataforma de concursos en Redes Sociales (Twitter, Facebook y Blogs) ¡Pruébanos ya!

**Bloonder presentations - SlideShare**  
[www.slideshare.net/bloonder](http://www.slideshare.net/bloonder)  
 Tags (19). **bloonder** concurso facebook concurso rt's concurso twitter concursos concursos a la carta concursos online contests correcto cómo hacer infografía ...

**Bloonder.com (BloonderCom) on Twitter**  
<https://twitter.com/BloonderCom>  
 The latest from **Bloonder.com** (@BloonderCom). **Bloonder** es una plataforma para crear concursos en #Twitter #Blogs y #Facebook, además ofrecemos ...



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## PRESENCIA ONLINE

### BLOG

Una de las formas más efectivas de conseguir nuevos clientes es atrayéndolo a través de contenido de interés y luego convertir su visita en una potencial venta. *Inbound Marketing*

### BLOG

[Bloonder.com - Concursos y sorteos en Twitter, Facebook y ...](#)  
[concursosalacarta.com/.../conoce-a-bloonder-com-plataforma-para-crear...](#) ▼  
hace 6 días - Crea concursos en Twitter, concursos en Facebook y promociones en blogs. El primer concurso gratis para que pruebes la mejor plataforma.

[Bloonder, Author at Concursos a la carta](#)  
[Concursos a la carta](#)  
[concursosalacarta.com/author/admin/](#) ▼  
Conoce a **Bloonder.com**, plataforma para crear concursos en Twitter, Facebook y ...  
Móntate el concurso que te dé la gana, nace **Bloonder**, una plataforma ...

[Bloonder Archives | Concursos a la carta](#)  
[Concursos a la carta](#)  
[concursosalacarta.com/category/bloonder/](#) ▼  
hace 6 días - Móntate el concurso que te dé la gana, nace **Bloonder**, una plataforma española para organizar concursos en... Read More. + Popular; + ...



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## PRESENCIA ONLINE

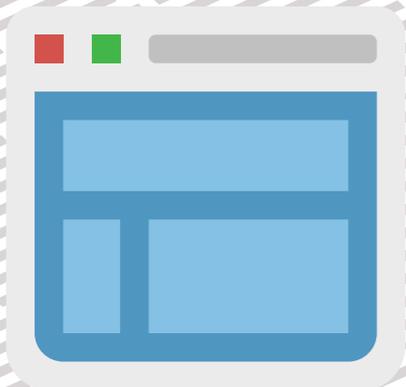
### PALABRAS CLAVES

Luego de tener claro el nombre es importante elaborar un listado de palabras claves que describan a la marca personal. Mi recomendación ideal siempre será:

- Listado de palabras claves
- Palabras claves agrupadas por categorías

Para la selección de palabras claves podéis utilizar herramientas como

- Google Keyword Tool
- Ubersuggest



# PRESENCIA ONLINE

## CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

### PALABRAS CLAVES

#### Listado palabras claves

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

#### Palabras por categorías

##### CATEGORÍA 1

.....  
.....  
.....

##### CATEGORIA 2

.....  
.....  
.....

##### CATEGORÍA 3

.....  
.....  
.....

##### CATEGORIA 4

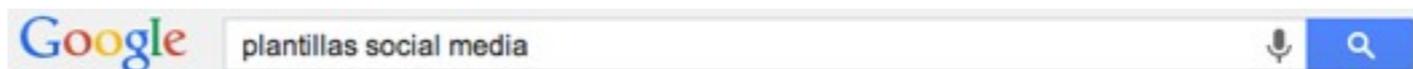
.....  
.....  
.....



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## PRESENCIA ONLINE

### PALABRAS CLAVES



#### [Plantillas | Social Media Marketing by Vilma Núñez](#)



[vilmanunez.com/category/plantillas/](#) ▼

de Vilma Núñez - en 4.623 círculos de Google+

**Plantillas de Social Media** (Redes Sociales) GRATIS. Un listado de más de 20 **plantillas** de Word, Excel y Power Point para crear propuestas, informes, diseños ...

[Haz tu informe de redes ...](#) - [Plantilla de Power Point para ...](#) - [Calendario Editorial](#)

#### [#Plantilla para crear informes de Twitter | Social Media Marketing by ...](#)

[vilmanunez.com/2013/09/08/plantilla-para-crear-informes-de-twitter/](#) ▼

de Vilma Núñez - en 4.623 círculos de Google+

08/09/2013 - Siguiendo las publicaciones de **plantillas** para crear informes individuales según cada red **social**, ahora os comparto el de Twitter. Os recuerdo ...

#### [Imágenes de plantillas social media](#) - Informar sobre las imágenes



#### [Plantillas Social Media Packs](#)

[www.socialmediapacks.com/work-category/plantillas/](#) ▼

PACK: E-Book Community Manager + 17 **plantillas** + Contrato **Social Media**. Con el objetivo de lanzar una oferta he decidido preparar un pack especial que ...

#### [E-Book Community Manager + 17 plantillas + Contrato Social Media](#)

[www.socialmediapacks.com > Works](#) ▼

25/09/2013 - 17 **plantillas**. Análisis exhaustivo de tu competencia en redes **sociales**; Calendario de contenidos y tareas en Facebook; Calendario editorial ...



# CÓMO CREAR UNA IDENTIDAD DIGITAL

## PRESENCIA ONLINE

Para tener presencia en Internet y redes sociales es importante tener objetivo previo que justifique la presencia.

### CANALES

<b>OBJETIVOS</b>	<b>FB</b>	<b>TW</b>	<b>YT</b>	<b>IN</b>	<b>WEB</b>	<b>BLOG</b>
<b>NOTORIEDAD</b>	✓		✓		✓	✓
<b>INTERACCIÓN</b>	✓	✓		✓		✓
<b>PROMOCIÓN</b>	✓	✓		✓		✓
<b>VENTAS</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓



## PRESENCIA EN REDES SOCIALES

### OBJETIVO BRANDING

# Estrategias

- Branding visual de la marca en redes sociales.
- Definir las palabras claves de la marca y a partir de ahí determinar el hashtag a utilizar en FB y TW.
- Crear campañas de publicidad para aumentar la notoriedad de la marca.
- Generar promociones virales que ayuden a dar a conocer la marca y la vez premien a los seguidores.
- Definir una estrategia de presencia en foros y blogs.
- Gestionar un blog activo de la marca con contenido de interés y relacionado a la marca.
- Conseguir presencia de marca en eventos relacionados aunque sea como colaboradores.
- Realizar acciones conjuntas con otras marcas.
- Utilizar influencers de marca para ayudar a promocionar la marca.



# PRESENCIA EN REDES SOCIALES

## OBJETIVO BRANDING

# Objetivos

Acciones generales		Acciones concretas según RRSS	Métricas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalizar cabecera, imagen de fondo, avatares y publicaciones con imagen de marca: Logos, tipografías y colores.</li> <li>• Utilizar el hashtag oficial en las publicaciones corporativas y campañas de Branding (TW, FB e Instagram)</li> <li>• Identificar los eventos relacionados a la marca para ofrecerle un intercambio de productos y servicios sin coste a cambio de entrar como colaboradores.</li> <li>• Crear una campaña de anuncios en Facebook con el objetivo de aumentar comunidad de seguidores y así ir generando notoriedad de marca.</li> <li>• Crear campaña de anuncios en Facebook y Twitter para promocionar alguna novedad de la marca.</li> </ul>	<b>FB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso donde el premio sea algún producto de la marca. <i>Posibilidad de hacerlo en conjunto con otra marca.</i></li> <li>• Compartir noticias y novedades</li> <li>• Crear publicaciones totalmente brandeadas de la marca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de compartir</li> <li>• Número de clics</li> </ul>
	<b>TW</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso donde el premio sea algún producto de la marca</li> <li>• Compartir noticias y novedades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de menciones cuenta</li> <li>• Número de replis cuenta</li> <li>• Número menciones hashtag</li> <li>• Número clics</li> </ul>
	<b>IN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso donde el premio sea algún producto de la marca</li> <li>• Compartir imágenes y vídeos totalmente relacionados a la marca: oficinas, productos y servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de clics</li> </ul>
	<b>BLOGS/ FOROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar noticias relacionadas a la marca para intervenir en comentarios con información de interés.</li> <li>• Escribir entre 2 y 4 posts a la semana en el blog</li> <li>• Acción con bloggers para promo de la marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Acciones sociales con las noticias (veces compartido)</li> <li>• Número de clics desde blog propio y otros relacionados</li> </ul>

## PRESENCIA EN REDES SOCIALES

### OBJETIVO COMUNIDAD

# Estrategias

- Crear campañas de publicidad para aumentar seguidores en redes sociales.
- Generar promociones virales (que incentiven a ser compartidas).
- Crear concursos para atraer a nuevos seguidores.
- Gestionar un blog activo de la marca con contenido de interés y relacionado a la marca.
- Realizar acciones conjuntas con otras marcas.
- Utilizar influencers de marca para ayudar a promocionar concursos y campañas concretas.



CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
DIGITAL

PRESENCIA EN REDES SOCIALES

OBJETIVO COMUNIDAD

Objetivos

Acciones generales		Acciones concretas según RRSS	Métricas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear contenido bueno y de interés que incentive siempre al engagement.</li> <li>• Realizar preguntas en redes sociales para aumentar interacciones en publicaciones.</li> <li>• Pedir acciones sociales a los seguidores, ej: Si piensas igual haz “me gusta”.</li> <li>• Crear una campaña de anuncios en Facebook con el objetivo de aumentar comunidad de seguidores.</li> <li>• Crear una campaña de publicidad en Twitter para aumentar seguidores de la cuenta.</li> <li>• Utilizar hashtags relacionados relacionados a la marca para publicar tweets y fotos/vídeos en Instagram.</li> <li>• Invitar a seguir perfiles de otras redes sociales. Ej: síguenos también en Twitter (publicado desde FB).</li> <li>• Optimizar las biografías en los perfiles de RRSS para facilitar que encuentren a la marca.</li> </ul>	<b>FB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso con la mecánica que tienen que ser fan para participar.</li> <li>• Compartir noticias y novedades</li> <li>• Crear publicaciones virales y que incentiven a los comentarios</li> <li>• Invitar amigos (que si tengan relación a la marca)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de compartir</li> <li>• Número de clics</li> <li>• Número de nuevos fans</li> <li>• Número participantes concurso</li> </ul>
	<b>TW</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso con la mecánica que tienen que ser seguidores para participar.</li> <li>• Compartir noticias y novedades y posts de blog</li> <li>• Seguir a gente relacionada o incluirla en listas (NUNCA follow/unfollow masivo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• # de nuevos seguidores</li> <li>• # de replies cuenta</li> <li>• # de menciones hashtag y cuenta</li> <li>• # clics</li> <li>• # participantes concurso</li> </ul>
	<b>IN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso con la mecánica que tienen que ser seguidores para participar.</li> <li>• Compartir publicaciones que incentiven a etiquetar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de clics</li> <li>• Número de nuevos seguidores</li> <li>• Número de etiquetados</li> </ul>
	<b>BLOGS/ FOROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribir entre 2 y 4 posts a la semana en el blog</li> <li>• Agregar widgets para aumentar suscriptores newsletter y otros sociales para aumentar en FB, TW, IN.</li> <li>• Firmar post con botón seguir de Twitter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Acciones sociales con las noticias</li> <li>• Número de clics</li> <li>• Número de nuevos seguidores a través del blog/web</li> </ul>

## PRESENCIA EN REDES SOCIALES

### OBJETIVO PROMOCIÓN

# Estrategias

- Crear campañas de publicidad para promocionar los productos o servicios de la marca.
- Generar promociones virales (que incentiven a ser compartidas).
- Crear concursos para sortear el producto o servicio y así promocionarlo.
- Utilizar el blog como un canal para dar a conocer las características de los productos o servicios de la marca.
- Realizar acciones conjuntas con otras marcas.
- Generar contenido de promoción.
- Utilizar influencers de marca para ayudar a promocionar concursos y campañas concretas.
- Crear campañas de email-marketing con la base de datos para promocionar.



CÓMO CREAR  
UNA IDENTIDAD  
DIGITAL

PRESENCIA EN REDES SOCIALES

OBJETIVO PROMOCIÓN

Objetivos

Acciones generales		Acciones concretas según RRSS	Métricas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear contenido promocional promocionar: vídeos e imágenes.</li> <li>• Realizar preguntas en redes sociales relacionados al producto: Feedback.</li> <li>• Compartir ofertas y descuentos relacionados al producto o servicio.</li> <li>• Conseguir ser autor invitado en un blog para hablar sobre los productos o servicios</li> <li>• Crear una campaña de anuncios en Facebook y Twitter con el objetivo de promocionar el nuevo producto o servicio.</li> <li>• Optimizar los vídeos que se suban a Youtube con anotaciones y enlaces externos a donde se realiza la compra o captación de leads.</li> <li>• Personalización de avatares y cabeceras con imágenes de promo en todas las redes sociales. En blogs agregar banners.</li> <li>• Realizar búsquedas con los términos relacionado al producto o servicio para interactuar con los autores de dichos contenidos.</li> </ul>	<b>FB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso o sorteo del producto o servicio a promocionar</li> <li>• Compartir noticias y novedades</li> <li>• Crear publicaciones virales y que incentiven a los comentarios</li> <li>• Invitar amigos (que si tengan relación a la marca)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de compartir</li> <li>• Número de clics</li> <li>• # de ventas/registros por el FB</li> <li>• Número participantes concurso</li> </ul>
	<b>TW</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso o sorteo del producto o servicio a promocionar</li> <li>• Compartir info de lo que está promocionando</li> <li>• Publicar los enlaces de otras webs que hablan del producto o servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• # de ventas/registros por TW</li> <li>• # de replies cuenta</li> <li>• # de menciones hashtag y cuenta</li> <li>• # clics</li> <li>• # participantes concurso</li> </ul>
	<b>IN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear concurso o sorteo del producto o servicio a promocionar</li> <li>• Compartir publicaciones de promoción: vídeos de 15seg e imágenes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta</li> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Número de clics</li> <li>• # de ventas/registros por IN</li> <li>• Número de participantes</li> </ul>
	<b>BLOGS/ FOROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribir 1 post a la semana de promoción de productos o servicios</li> <li>• Responder en YahooRespuestas a preguntas relacionadas con el producto</li> <li>• Escribir en blogs y foros relacionados sobre el producto</li> <li>• Contactar a bloggers para ayuda en la promo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de comentarios</li> <li>• Acciones sociales con las noticias</li> <li>• Número de clics</li> <li>• Número de nuevos seguidores a través del blog/web</li> <li>• # de ventas/registros por el blog</li> </ul>

6

# ¿CÓMO POSICIONAR UNA MARCA EN INTERNET?



## **ACCIONES PARA CONSEGUIR POSICIONAR A UNA MARCA**

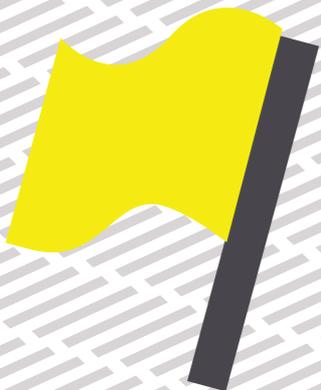
Posicionamiento de una marca a través de Internet.

**CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET**

## **SIN DIVISIONES DEL OFF CON EL ON**

Antes de iniciar a trabajar el posicionamiento digital de una marca tenemos que pensar que no podemos separar el OFF del ON. En realidad la mezcla perfecta se consigue con acciones tanto offline como digitales.

Si tienes una campaña en offline intenta siempre generar acciones online que complementen la campaña.



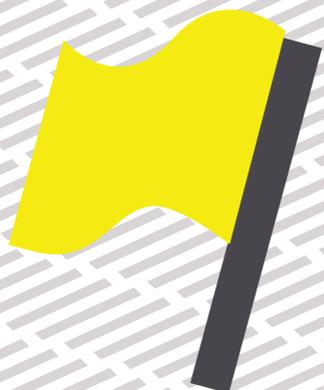
**CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET**

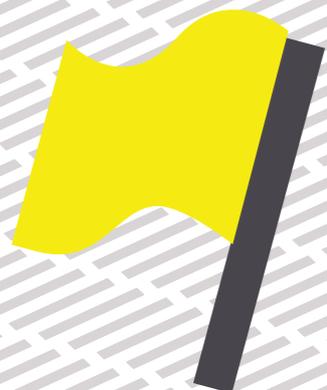
## **RELACIONES PÚBLICAS 2.0 PARA MARCAS**

El uso de acciones de PR para el posicionamiento de marcas puede ser muy estratégico, no todo se basa en redes sociales y buscadores.

Las relaciones públicas aportan credibilidad y valor a las marcas. Para crear un plan de RRPP habría que tener en cuenta los siguientes factores:

- Elaboración de un buen presskit
- Elaboración de buenas notas de prensa
- Configuración de salas de prensa 2.0
- Cómo elaborar ruedas de prensa 2.0
- Cómo trabajar con influencers





## **BENEFICIOS DE LOS INFLUYENTES DIGITALES**

Para entender lo bueno que pueden llegar a ser los influyentes digitales en una estrategia de comunicación os he recopilado algunos de los beneficios que aportan:

**APORTAN CREDIBILIDAD**

**APORTAN CREATIVIDAD**

**APORTAN CONFIANZA**

**MÁS EFECTIVOS QUE PUBLI\***

**HACEN BUENAS RECOMENDACIONES**

**TIENEN COMUNIDADES FIELES**

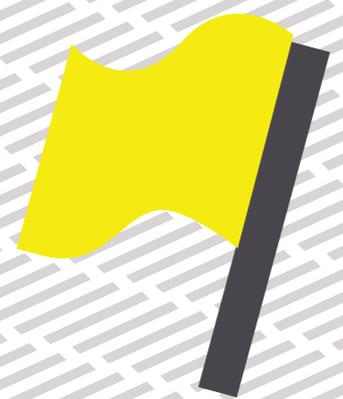
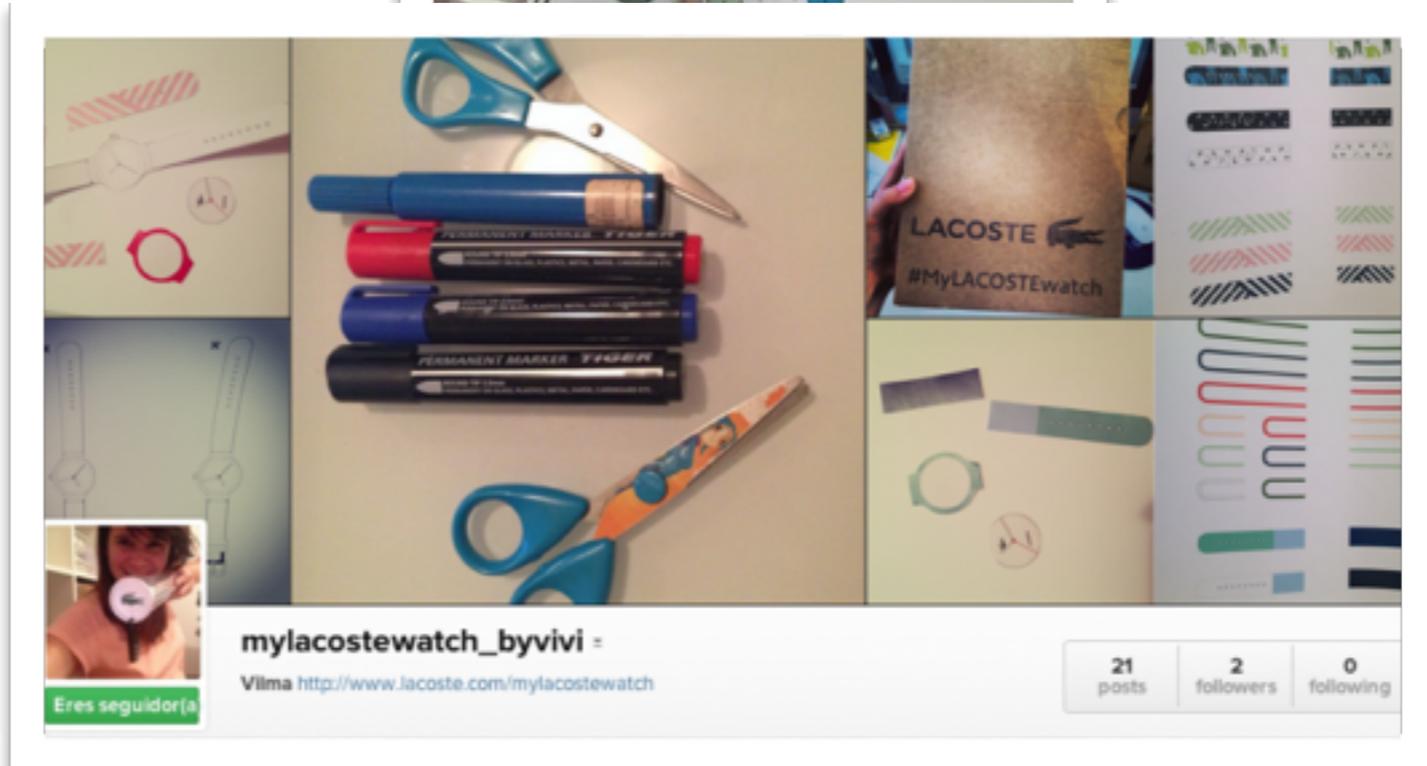
**SON VENDEDORES INNATOS**

**APORTAN CONTENIDO EXCLUSIVO**

\*Sólo en ocasiones los influyentes pueden ser más efectivos que formatos estándares de comunicacion.

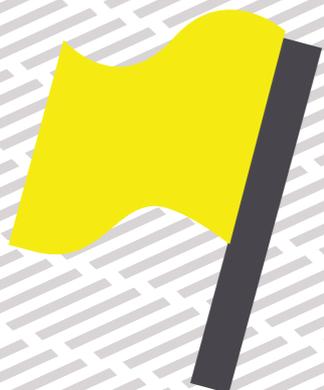
# EJEMPLO ACCIÓN CON INFLUYENTES DIGITALES

CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET



# EJEMPLO ACCIÓN CON INFLUYENTES DIGITALES

CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET



CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET

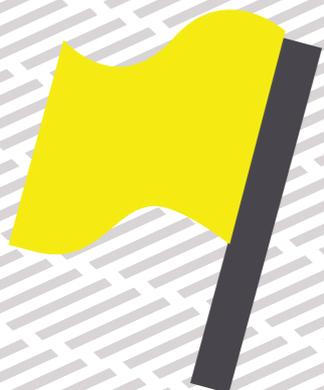
EJEMPLO ACCIÓN CON **INFLUYENTES DIGITALES**



La Fashionista Realista

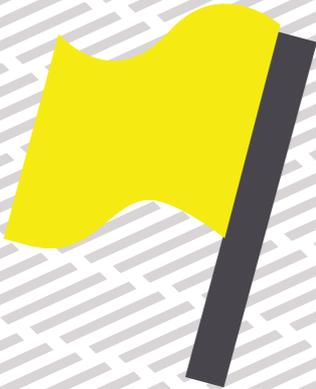
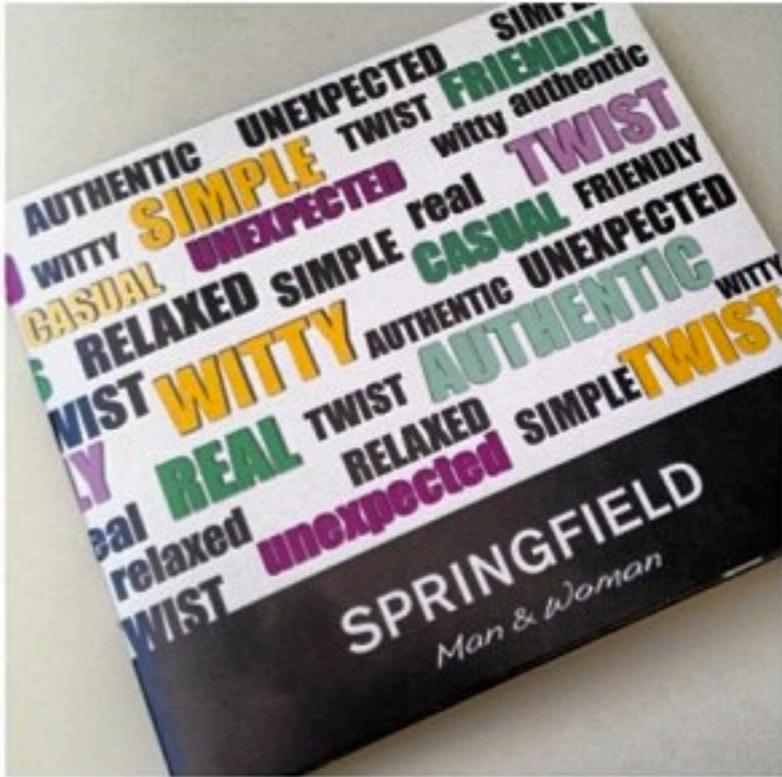
10 minutes ago

Mi vida es increíble. Estoy tirada en el sofá con una gripe atroz y llega un chico de @BaskinRobbinsRD con este tarro de helado. ¿Cuántas veces no has deseado que eso pase? #happyblogger Gracias!



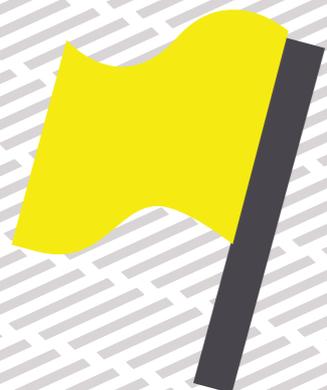
# EJEMPLO ACCIÓN CON INFLUYENTES DIGITALES

CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET



CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET

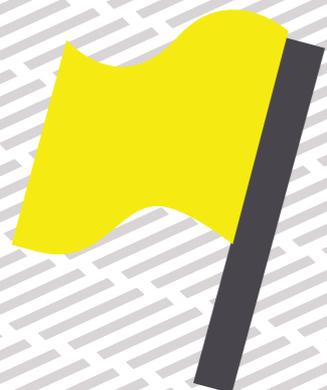
EJEMPLO ACCIÓN CON INFLUYENTES DIGITALES



CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET

EJEMPLO ACCIÓN CON **INFLUYENTES DIGITALES**





## CREACIÓN DE BLOGS

# Por qué un blog?

SON UN MEDIO MÁS DE COMUNICACIÓN

MEJORAN VISIBILIDAD DE MARCA

CANAL PARA COMUNICAR INFORMACIÓN

AUMENTAN NOTORIEDAD DE MARCA

APORTAN VALOR

APORTAN CONFIANZA Y CREDIBILIDAD

MEJORAN POSICIONAMIENTO NATURAL

CONOCER MEJOR AL PÚBLICO

IDEALES PARA OBTENER FEEDBACK

MEDIO DE PROMOCIÓN

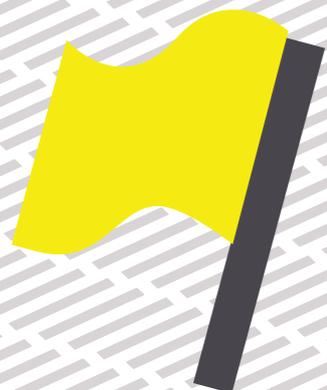
POSICIONAMIENTO DE PALABRAS CLAVES

IDEALES PARA FIDELIZAR

## CREACIÓN DE BLOGS

# Ejemplos de blogs marcas

The screenshot displays the NH Hoteles España Blog interface. At the top left is the NH HOTELES logo. The main navigation menu includes: Home, Información y reservas, Promociones, Convenciones y Eventos, Empresas, Agencias, and NH World. A secondary menu shows « Entradas antiguas». The featured blog post is titled "Saborea una estancia única con las jornadas micológicas de NH Castellar" by Guillermo Agulló, dated 07 noviembre 2013, with 0 comentarios. The post image shows mushrooms in a forest. To the right, a sidebar contains an advertisement for "Bodas & NH Hoteles" with the text "NOS LLEVAMOS EL COMPROMISO POR HACER QUE TU DÍA SEA PERFECTO" and a "RESERVA YA" button. Below the ad is a photo of a hotel room and a banner for "NH HOTELES ESCAPADAS HASTA 30% DTO. RESERVA YA".



# CREACIÓN DE BLOGS

## Ejemplos de blogs marcas

**MUWOM**  
THE MUSIC WORD OF MOUTH

ABOUT MUWOM CONSUMIR COMPARTIR DESCUBRIR MOVILIDAD / APPS EVENTOS CONTACTO

☆ DESTACADO

- » e en el BIME
- » Deezer lleva la música a Tuenti
- » SoundCloud se integra con Instagram
- » Twitter #Music vivirá salvo la app
- » 5 Ideas para

**“s Been Devalued”**  
Neutral / Disagree / Strongly Disagree / NA (N=3281)

Category	Percentage
Teaching	24%
Salary	19%
Live	29%
Session Player	10%
Songwriting	

**su música no se está devaluando**  
la industria para saber si la música puede o no estar  
ativo de

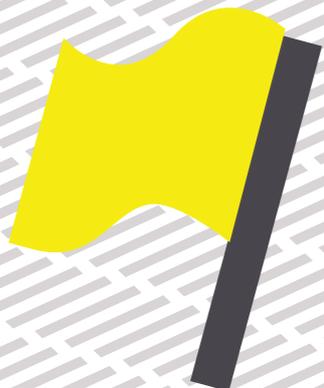
**YouTube celebra la primera gala**  
El domingo se celebró la primera edición de los  
en honor a los artistas y canciones

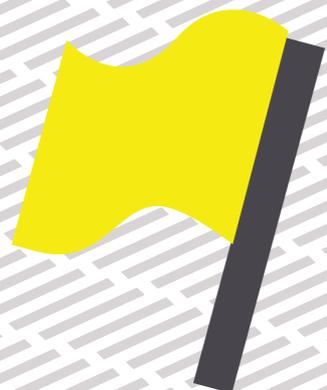
**Web Muwom**

SÍGUENOS EN FACEBOOK

✓ Like You, Roberto Carreras and 1,072 others like this.

**Noticias**





## CREACIÓN DE BLOGS

# Pasos antes de crear un blog

CÓMO SE LLAMARÁ

Nombre + apellido u otro nombre identificativo

CÓMO SE ACCEDERÁ AL BLOG

¿Cuál es el dominio? vilmanunez.com o blog.vilmanunez.com

A QUIEN VA DIRIGIDO

¿Para quien escribes?

DE QUÉ SE HABLARÁ

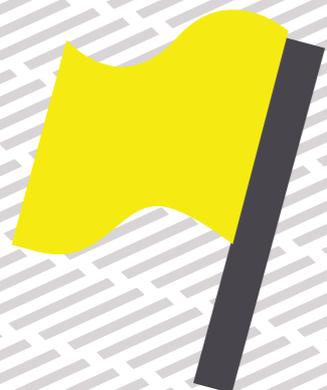
Temáticas principales, relacionadas y esporádicas

CÓMO SE HABLARÁ EN EL BLOG

¿Qué tono se empleará?

FRECUENCIA DE CONTENIDOS

2 posts a la semana, 3 a la semana o 1 al día (L-V)



## CREACIÓN DE BLOGS

# Pasos antes de crear un blog

### DISEÑOS Y RECURSOS VISUALES

¿Cómo se verá el blog? y ¿Qué recursos visuales habrá?

### EQUIPO A CARGO DEL BLOG

Responsable del blog, colaboradores internos y externos

### COSTES DEL BLOG

Plantilla para blog

30€-50€

Diseño del blog

100€-300€

Programación del blog

300€-800€

Dominio del blog

7€-12€

Hosting del blog

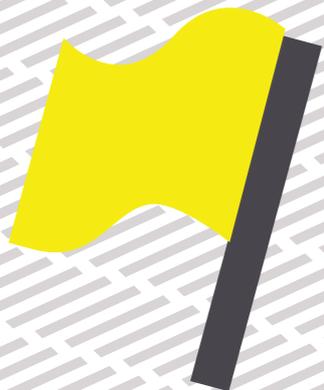
23€-78€

Equipo del blog

150€-500€

Colaboradores

50€-100€



## CREACIÓN DE BLOGS

# Pasos para crear el blog

COMPRAR EL DOMINIO

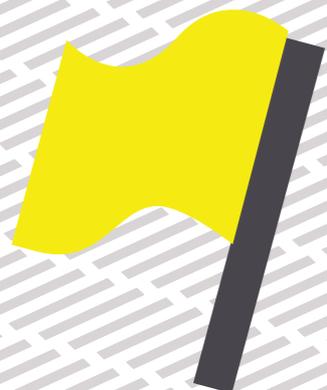
COMPRAR EL HOSTING

INSTALACIÓN DEL BLOG

INSTALACIÓN PLANTILLA

CONFIGURACIÓN PLANTILLA

OPTIMIZACIÓN BLOG



## CREACIÓN DE BLOGS

# Pasos después de crear el blog

TENER ENTRE 5 Y 10 POSTS ANTES DE LANZAR

PROMOCIONARLO EN RRSS, NEWSLETTER Y BANNERS

PROMOCIONAR ENTRE AMIGOS Y CONOCIDOS

# CÓMO POSICIONAR UNA MARCA EN INTERNET

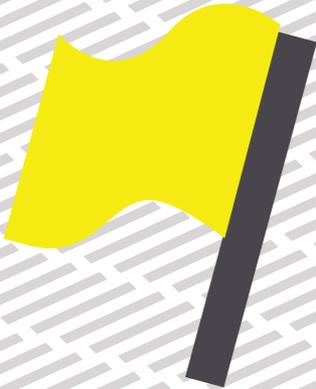
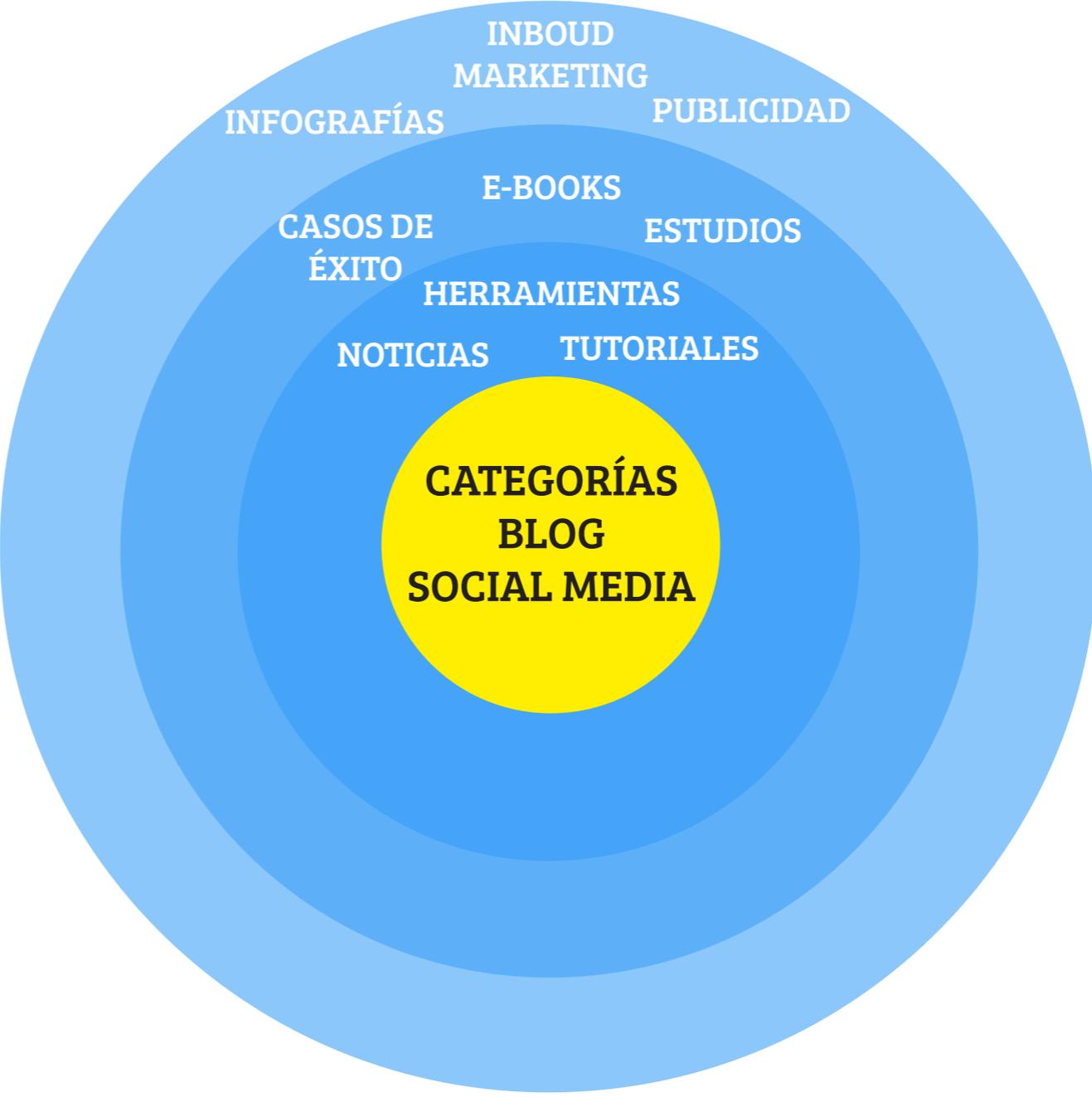


## ORGANIZAR CONTENIDOS DE BLOGS

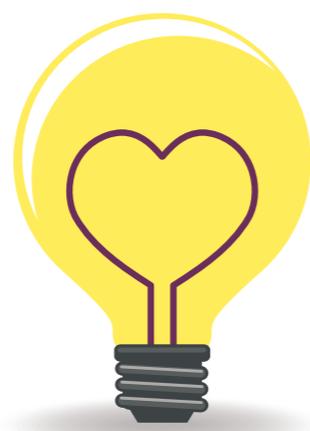


# ORGANIZAR CONTENIDOS DE **BLOGS**

**CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET**



# TIPOS DE CONTENIDOS PARA BLOGS



ENTREVISTAS



GUEST  
BLOGGING



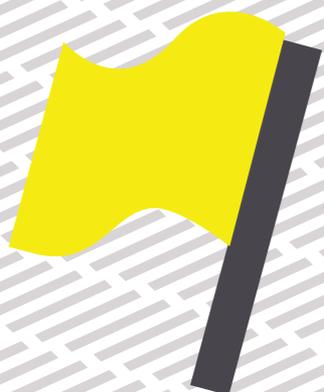
ARCHIVOS  
DESCARGABLES



TUTORIALES

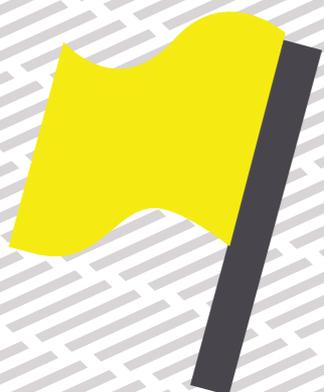


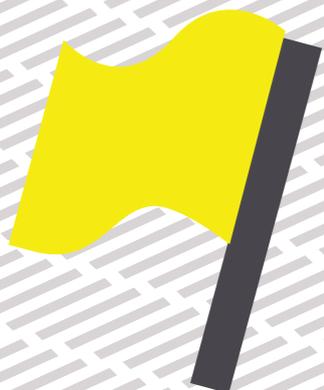
NOTICIAS



# CÓMO CREAR POST PERFECTO PARA BLOGS

## Creación de posts para blog





# CÓMO CREAR POST PERFECTO PARA BLOGS

## Post perfecto para blogs

Máximo 70 caracteres.  
No olvides incluir  
palabras claves

Título

Imagen Cabecera

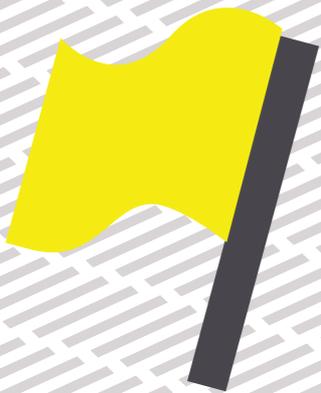
Esta imagen es opcional,  
pero si la imagen es buena  
aportará mucho a tu post.



# CÓMO CREAR POST PERFECTO PARA BLOGS

CAPÍTULO 6

CÓMO  
POSICIONAR UNA  
MARCA EN  
INTERNET



## Contenido post

Busca siempre las mejores ideas para escribir en tu blog. Por ejemplo, plantea la solución a un problema.

Agrega enlaces a páginas externas e internas siempre que puedas y sin abusar de la técnica.

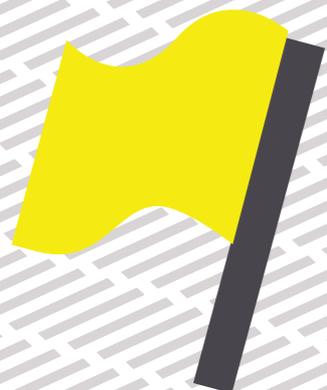


Agrega más valor a tu post agregando casos de éxitos u otros datos que pueden interesar a tu lector.

Para que tu post sea más efectivo toma en cuenta los siguientes consejos:

- Agrega subtítulos para una mejor estructura
- Agrega imágenes cada 3 párrafos
- Incluye llamadas a la acción
- Incluye palabras claves

# Post perfecto para blogs



# CÓMO CREAR POST PERFECTO PARA BLOGS

## Post perfecto para blogs

### Estructura post

1- Introducción, de qué vas hablar en tu post. Básicamente cuál es el problema y cuál es la solución que plantearás

2- Estructura el contenido de tu post en varios subtítulos. Lo más fácil es hacerte pregunta y responderlas. Por ejemplo: ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿Dónde?.

3- Conclusiones, cuál es tu opinión con respecto al tema que hablaste. Puedes terminar con alguna pregunta que incentive comentarios en tu post.

4- Referencias, aquí es donde puedes agregar las fuentes de información y los créditos de imágenes.

5- Llamadas a la acción como un cajetín para que se suscriban al newsletter o algún banner promocional.



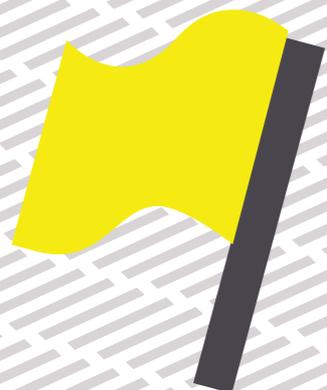
## CREACIÓN DE BLOGS

# Post perfecto para blogs

### Optimización contenido

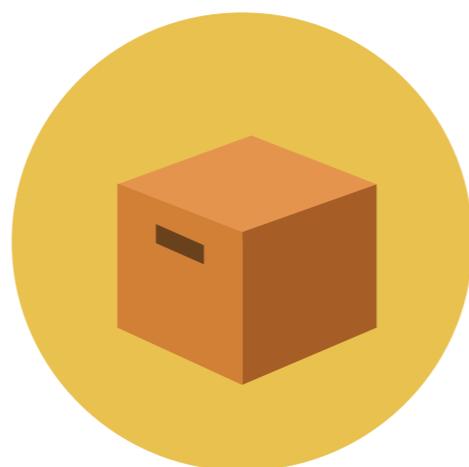
Si queréis que vuestro contenido salga en la primera página de Google tendréis que optimizarlo, a continuación algunos trucos:

1. Agregar un buen plugin de Wordpress como SEO by Yoast
2. No subas imágenes con títulos como "Captura Pantalla" o "Imagen-1". Intenta siempre agregar un título a la imagen
3. Agregar plugins para mostrar contenidos relacionados en tus posts. Esto ayudará a que aumenten tus páginas vistas.

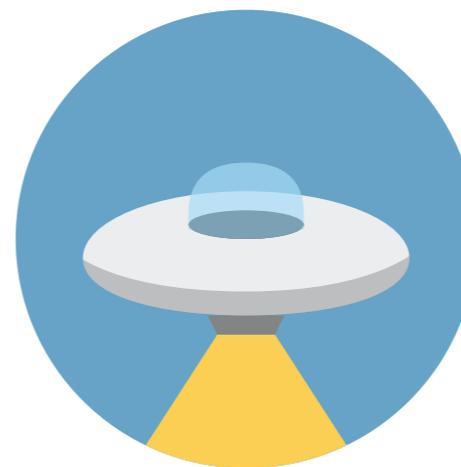


## CONVERSIÓN DE BLOGS

# Así convierten los blogs



GENERACIÓN  
DE CONTENIDOS



ATRACCIÓN  
TRÁFICO



CONVERSIÓN  
TRÁFICO

