



WorkBook

Bootcamp de Facebook

Iniciemos hablando sobre la identidad/personalidad de marca...

La personalidad de una marca la podemos definir como esas características tanto emocionales, como esos atributos simbólicos que se asocian tu marca y al comportamiento que esta tiene con su entorno y con su comunidad especialmente. Además, podemos asociarlo con ese aspecto distintivo con el que se identifica una empresa en un mercado y se construye su estrategia de diferenciación.

Pensá con detenimiento y respondé las siguientes preguntas:

¿Qué es tu marca y qué la hace diferente?

¿Cómo habla tu marca?

¿Qué define tu marca?

¿Cómo busca calar tu marca en la vida de su público?

¿Cuál es la información más importante para nuestro target?

Un punto clave es tener clara cuál es esa información fundamental que nuestra página de Facebook debe tener. Debemos tomar en cuenta esas características que nos identifican como esa información para que se puedan poner en contacto con nosotros o llegar a nuestros puntos físicos: teléfonos, página web, dirección, entre otros.

Enlistá la información más importante para que los usuarios puedan conocer más de tu marca:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Claves para tus mensajes y contenidos...

El contenido de tu página debe cumplir con dos puntos sumamente importantes: llegar a tus objetivos y ser relevante para tu comunidad.

Por esta razón una planificación previa es muy importante, en esta vas a definir tu objetivo comercial, cuáles pueden ser los ejes de contenidos para cumplir con esto y elegir los formatos que más se adapten a esto.

Por ejemplo:

Objetivo comercial	Eje de contenido	Formato
Posicionamiento de marca	Testimoniales	Vídeo

Generá vos tu planificación de contenidos...

Completá el siguiente cuadro con al menos tres objetivos y su planificación:

Objetivo comercial	Eje de contenido	Formato

Recordá apegarte a tu identidad y personalidad de la marca.

**Tip de
la Tribu**



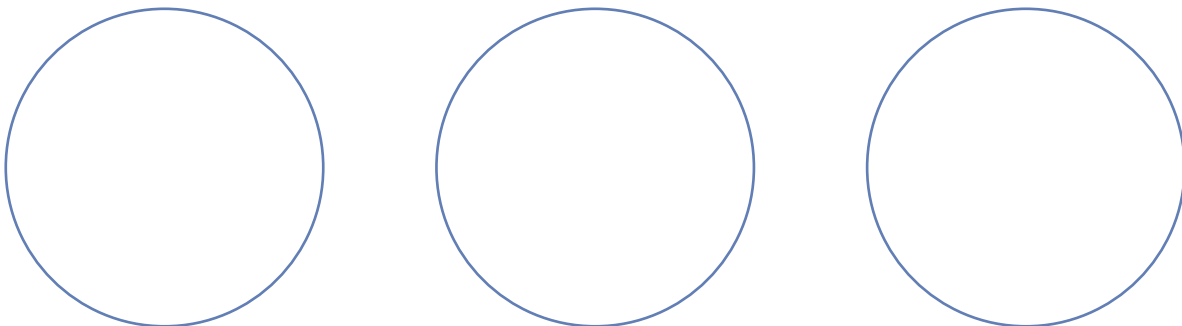
¿Cuáles son tus métricas de interés?

Una vez que ya tenés toda tu estrategia de comunicación orgánica definida, debés trabajar en cuáles son las métricas que vas a revisar para evaluar si tu campaña está generando buenos resultados.


Algunas métricas pueden ser:



Escribí aquí tus métricas de interés:





 zulu.cr

 Zulú Comunicación

 +506 8743 1117

 www.zulucr.com

Copyright 2021 por Zulú Comunicación. Todos los derechos reservados.