

Helena Casas

3. Marketing de Atracción. Buyer Persona. Creación de Contenidos.

CURSO DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Programa cofinanciado por:



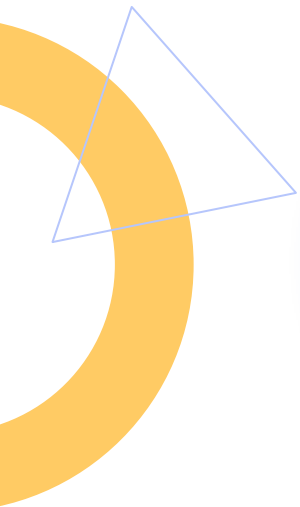
**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



**Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia**

Calendario del curso

Sesión	Fecha	Contenido de la sesión
1	16/4	Introducción al curso - Cómo crear un plan - Metodología SOSTAC y Análisis de situación.
2	23/4	Cómo debería ser el sitio web de una compañía. Análisis de competidores. Vender merchandising de la compañía. Fijación de objetivos y creación de un embudo de ventas.
3	30/4	Marketing de Atracción. Creación del Buyer Persona. Creación de Contenidos.
4	7/5	Instagram.
5	9/5	Tik Tok y nuevas generaciones.
6	14/5	La Marca Personal del Artistas y su impacto para las Empresas Culturales.
7	16/5	SEO. Posicionamiento natural en Google de tu página web.
8	21/5	SEM. Publicidad en Google y en Redes sociales.
9	23/5	LinkedIn. Cómo llegar a la persona que toma la decisión de programar.
10	28/5	Gestión y fidelización de clientes online (CRM) Email Marketing y WhatsApp Marketing .
11	30/5	Analítica Web y creación del plan de acción.



Helena Casas #LightHunter

Digital Marketer & Personal Brander

Humanizando Marcas. Acompaño a Pymes en su estrategia de Comunicación y Marketing Digital, involucrando el talento y la Marca Personal de su equipo #LightHunter

Subdirectora de Quadrant Alfa, S.L. Consultora y Facilitadora en Estrategia Digital Digital para pymes e Instituciones públicas y privadas

Consultora acreditada del Programa eTrade de ACCIÓ (Generalitat de Catalunya) para Internacionalizar empresas a través de los canales digitales

Formadora y consultora en Marketing Digital y Personal Branding en Cámaras de Comercio, Consejo Comarcales, etc.

Qué veremos hoy

1. Marketing de Atracción. Inbound Marketing
2. Segmentación y Buyer Persona
3. ChatGPT
 1. Creación del Buyer Persona
 2. Plan de contenidos

**Marketing de Atracción o
Inbound.
El cliente en el centro.**

Desde la **emoción** y el
impacto, conseguir que el
consumidor se interese por la
marca y lo que ésta les
ofrece.

Inbound Marketing

- Marketing de atracción.
- Transmitir confianza y knowhow.
- Centrado en el consumidor → En la experiencia!
- Sin ser agresivo ni interrumpir.
- Los clientes interactúan con las marcas.
- El objetivo es generar **valor**, para convertir las visitas en leads y finalmente en clientes.
- Ajustar el producto al consumidor.
- Crear **vínculos** con los clientes.
- Incluye el marketing de contenidos.
- Los clientes se convierten en **prescriptores** de marca.

- Haz una búsqueda en **Google** de algo que sea de tu interés.
- Haz una captura de alguna cuenta profesional/de empresa, en **redes sociales** que te inspire en tu día a día y que la sigues de forma natural

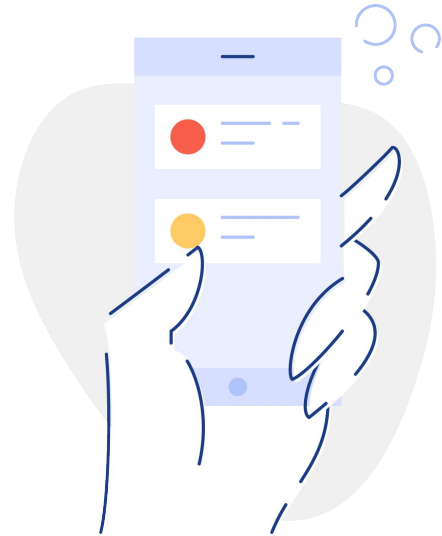
Ejercicio

El objetivo es:

- Crear vínculos.
- Modelar nuestra imagen, transmitiendo:
 - Confianza
 - Knowhow
 - Recuerdo de la experiencia vivida



EL SEO



Recuerda..

→ Google es la primera fuente de entrada a nuestros contenidos.

Storytelling



Los 12 pasos de Vogler

EL VIAJE DEL HÉROE



La importancia del Héroe

- Es con la persona con la que se identificará al usuario.
- Es lo que hace mover la historia adelante en el tiempo y el guión.
- Los héroes toman decisiones difíciles.
- La gente respeta a quien toma decisiones difíciles.
- Los héroes son vulnerables.
- ... Y nobles.
- Les gustan ciertas cosas "diferentes" (... a los demás no).
- Conectan con el público.

A nosa traxectoria



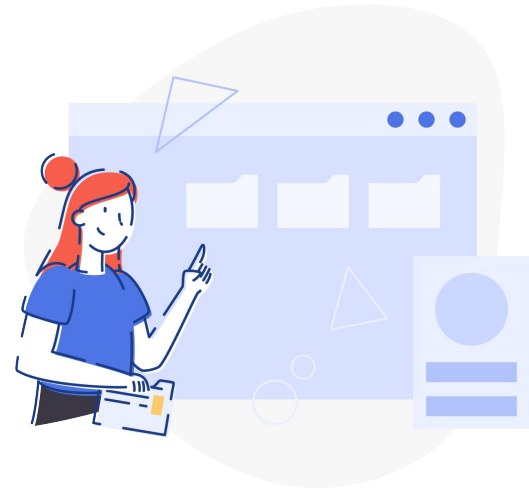
Talía Teatro é unha compañía creada en 1988 cun selo propio e orixinal. Os nosos espectáculos son unha marca con denominación de orixe que definen un estilo e unha forma de facer teatro.

→ ¿Cuál es el "por qué" de tu
compañía?



Contamos
nuestra historia

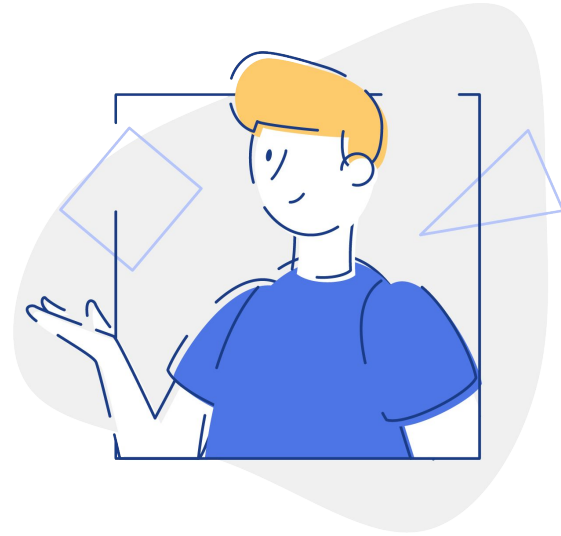
Benchmark



Benchmark

- Es la técnica por la que puede determinarse la posición de una empresa respecto a sus competidores, a partir de determinadas variables.
- Web, redes sociales, posicionamiento, publicidad
- Nos Permite:
 - Conocer nuestra posición y mejorarla.
 - Descubrir buenas y malas prácticas.
 - Descubrir acciones de Marketing realizadas por nuestros competidores.
 - Ayuda a ampliar la visión sobre cómo llevar a cabo una estrategia determinada.

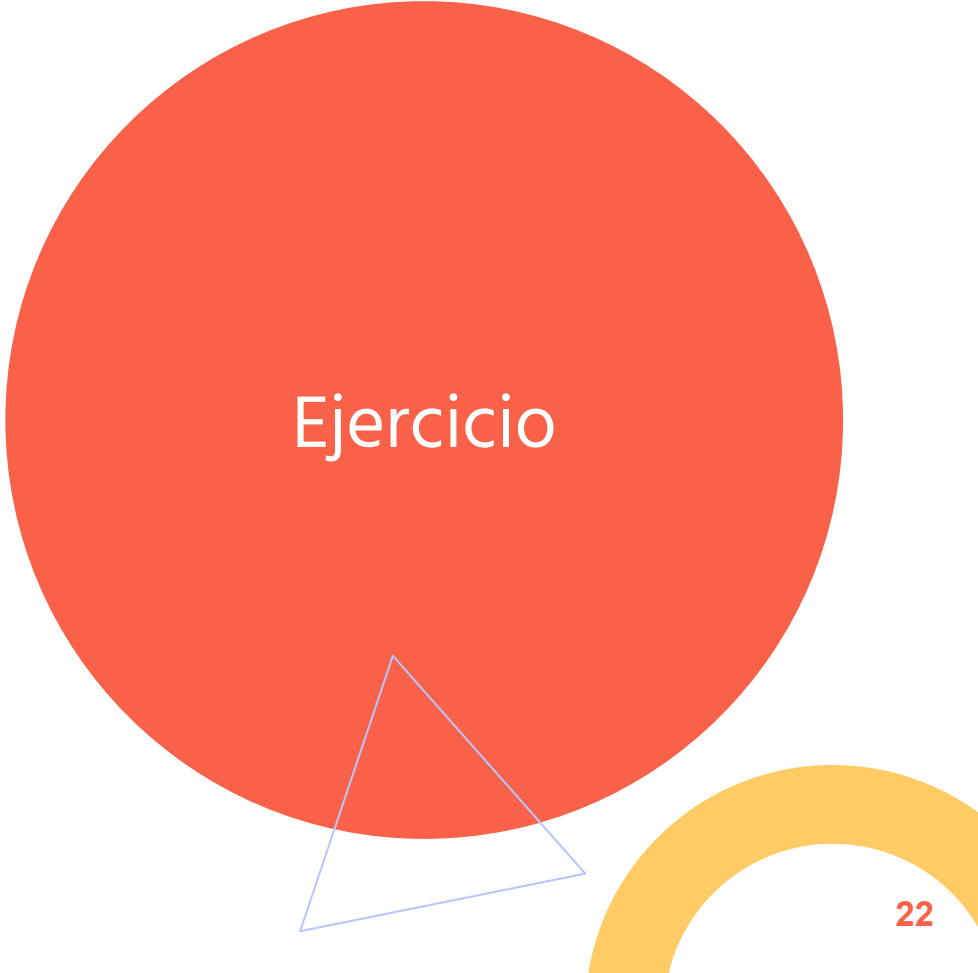
RESUMEN



HUMANIZACIÓN DE LAS MARCAS

Segmentación y Buyer Persona

→ ¿Cuáles son los segmentos de público objetivo de tu compañía?



Ejercicio

TEATRO DE LAS ESQUINAS

EL TEATRO DE LOS APLAUSOS

PROGRAMACIÓN DE TEATRO Y CONCIERTOS EN ZARAGOZA



Buyer persona

- Es la **representación semificticia de un segmento** en una sola unidad para definir sus necesidades, inquietudes, preocupaciones, etc.
- El objetivo es poder **dibujar al cliente ideal**, conectando con contenidos de valor dentro de la estrategia Inbound.
- Se **centra en la persona**, y en la transmisión de conocimiento y confianza que le queremos aportar para establecer vínculos.

Plantilla Hubspot

<https://www.hubspot.es/make-my-persona>



Qué es un buyer persona

Apréndelo todo sobre buyer personas: cómo investigar, hacer encuestas y diseñar entrevistas para crear el tuyo.

[Más información](#)



Generador de buyer personas

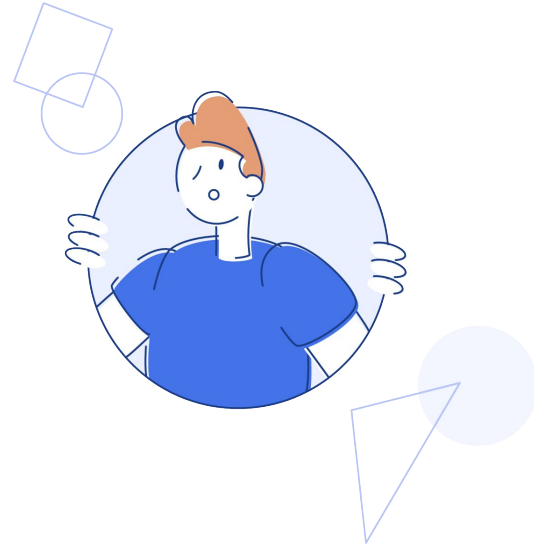
Diseña un buyer persona que toda tu empresa pueda usar para comercializar, vender y ofrecer los mejores servicios.

[Crear mi buyer persona](#)

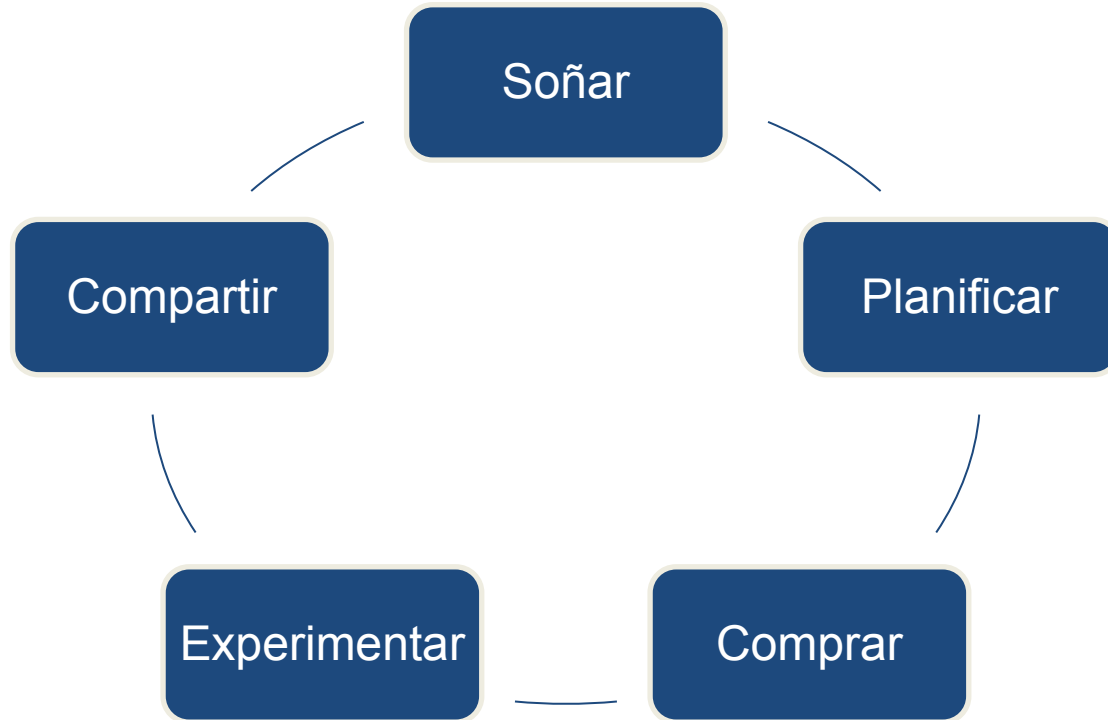
- Del segmento más importante para ti, ¿cómo crees que es el Buyer Persona? Defínelo.

Ejercicio

Customer Journey



Customer Journey de Google



Centrarnos en fidelizar al cliente

- Uno de los problemas al plantear el plan online es saber de qué hablar.
- Lo podemos resolver concentrándonos en tratar de alargar la buena experiencia que el cliente ha tenido con nosotros. Por tanto, hablamos de:
 - Las actividades que hemos llevado a cabo juntos.
 - Las posibles actividades que podríamos llevar a cabo.
 - Las experiencias que al cliente le gustaría tener con nosotros.

Customer Journey



Fuente: <https://www.intelligencepartner.com/como-dar-perfecto-customer-journey-map/>

ChatGPT

¿Qué es ChatGPT?

- ChatGPT es una plataforma de inteligencia artificial desarrollada por **OpenAI**.
- Se basa en **modelos de lenguaje generativo**, que pueden generar texto coherente y contextualmente relevante.
- ChatGPT funciona **mediante la predicción y generación** de secuencias de texto.



<https://openai.com/>

Creating safe AGI that benefits all of humanity

[Learn about OpenAI](#)[II Pause video](#)

Chat GPT3,5 → GPT4



How can I help you today?

Tell me a fun fact
about the Roman Empire

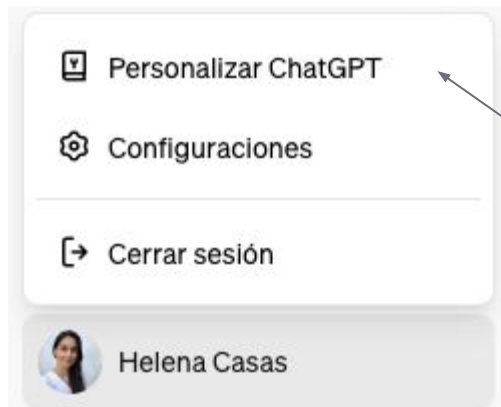
Compare marketing strategies
for sunglasses for Gen Z and Millennials

Show me a code snippet
of a website's sticky header

Give me ideas
for what to do with my kids' art

Puedes personalizarlo

(abajo a la izquierda)



Personalizar ChatGPT

Instrucciones personalizadas ⓘ

¿Qué te gustaría que ChatGPT supiera de ti para proporcionar respuestas mejores?

0/1500

Ocultar consejos ⓘ

¿Cómo te gustaría que ChatGPT respondiera?

0/1500

Habilitar para nuevos chats ☒

Cancelar

Guardar

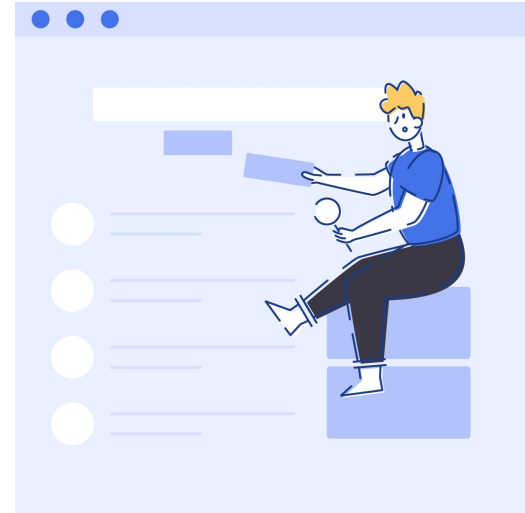
Ideas para empezar

- ¿Dónde te encuentras?
- ¿A qué te dedicas?
- ¿Cuáles son tus pasatiempos e intereses?
- ¿Sobre qué temas puedes hablar durante horas?
- ¿Cuáles son algunos de tus objetivos?

Ideas para empezar

- ¿Qué tan formal o informal debería ser ChatGPT?
- ¿Qué tan largas o cortas deberían ser las respuestas en general?
- ¿Cómo te gustaría que te llamara?
- ¿Debería ChatGPT tener opiniones sobre temas o permanecer neutral?

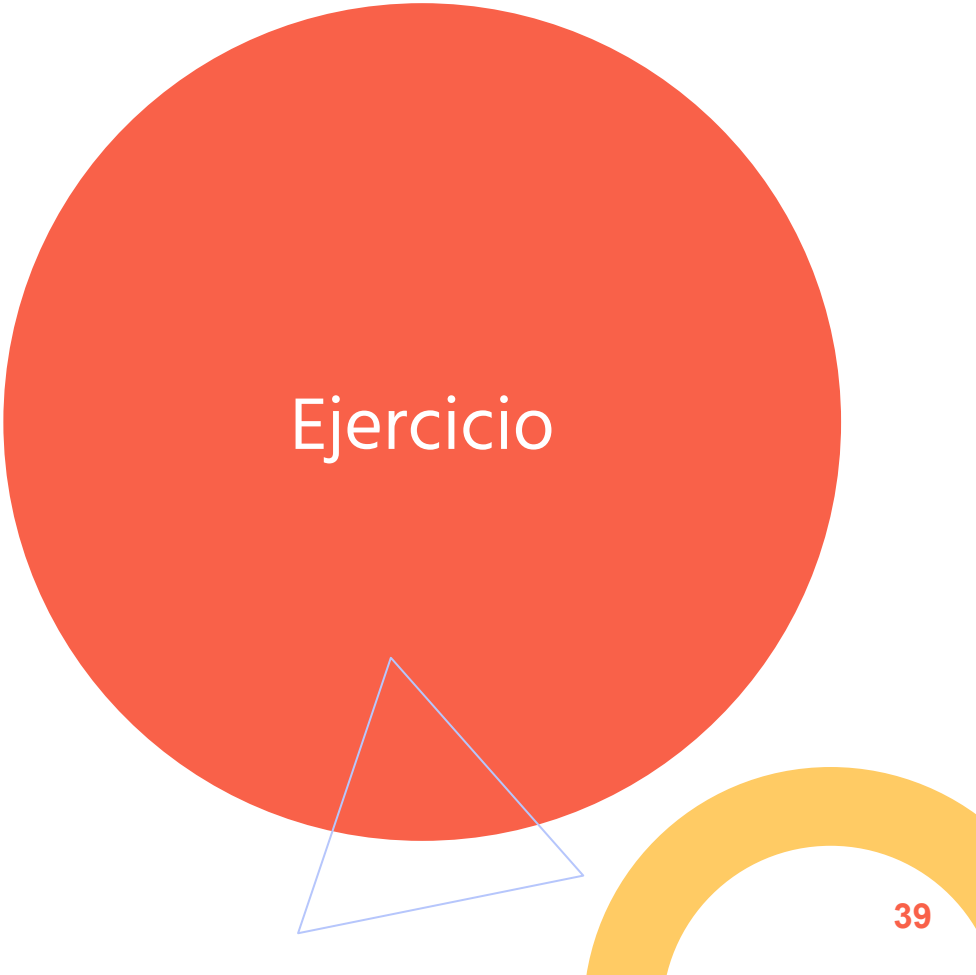
Los “Prompts”



¿Qué es un "Prompt"?

- Un "prompt" es la indicación o solicitud que el usuario proporciona al sistema.
- Puede ser **una pregunta**, tarea o simple indicación.
- Sirve como guía para que la IAG genere una **respuesta coherente y relevante**.
- La generación de la respuesta se basa en las capacidades aprendidas durante el entrenamiento del modelo.
- La **formulación clara y precisa** del prompt es crucial.

→ Genera ideas para contenidos en [red social] para mi [Tipo de empresa] en el [Zona / Municipio]. Vendo [producto/artículo] para [Público Objetivo] y me diferencio por [propuesta de valor]. ¿Cómo puedo crear publicaciones creativas y relevantes que atraigan a los clientes [locales] y muestren la personalidad única de mi [teatro]?"



Ejercicio

Segmentación y Creación del Buyer Persona con la Ayuda de ChatGPT.

Presenta tu empresa para que le conozca mejor y personalice más las respuestas

- Puedes pegar lo siguiente de tu página web:
 - Quiénes somos
 - Historia
 - Miembros del equipo.
 - Cuanta más información tenga mejor si ya la tienes redactada.
- Y, si no, con este ejemplo de datos, ya puede empezar a entender de qué trata tu negocio

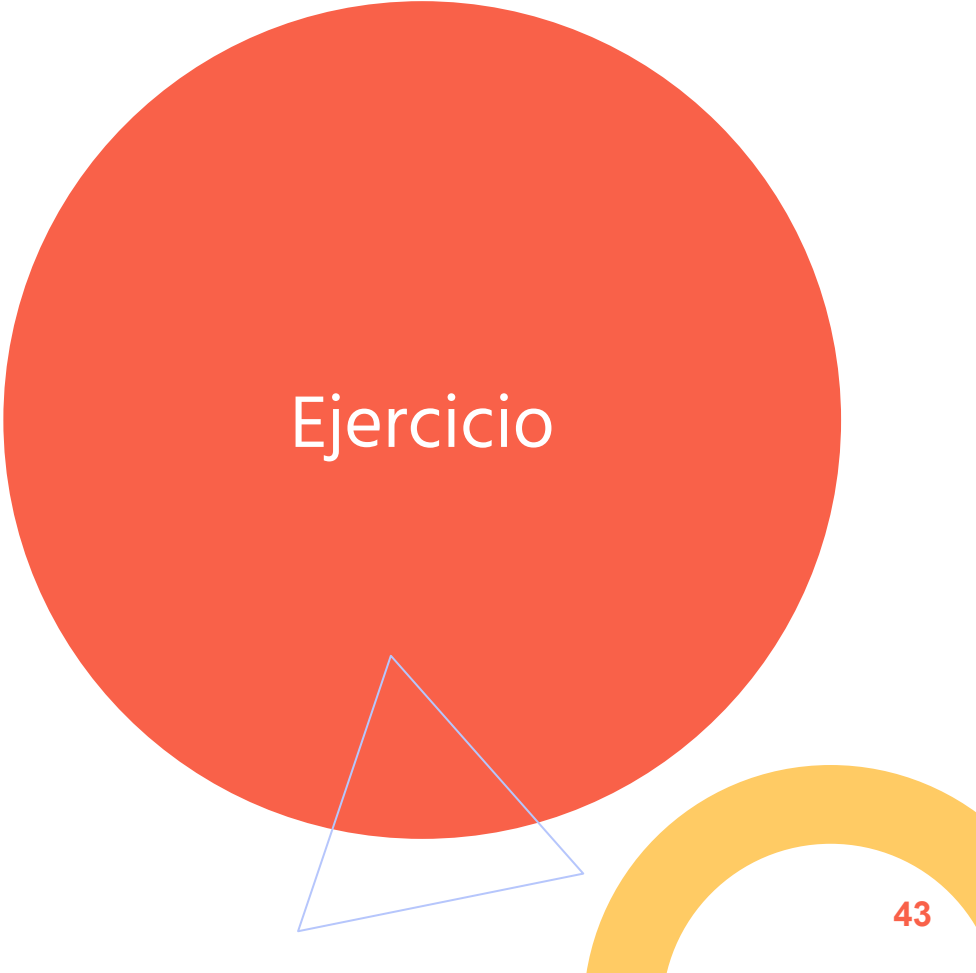


FEDERACIÓN ESTATAL DE ASOCIACIONES DE EMPRESAS DE TEATRO Y DANZA (FAETEDA)

FAETEDA se constituye el 29 de noviembre de 1996 con el objetivo de vertebrar el sector y convertirse en un interlocutor imprescindible ante las Administraciones públicas, a nivel estatal y europeo. Actualmente la forman 19 asociaciones que representan a más de 600 compañías/productoras y recintos privados de teatro y danza de todo el territorio nacional.

A lo largo de su trayectoria, ha realizado una labor muy importante en favor de las artes escénicas. Ha llevado a cabo diversos estudios, talleres, seminarios, foros y debates sobre temas de interés para el sector. También ha puesto en marcha proyectos propios, como **CHIVATOS**, **MERCARTES** y **UBICARTE**. Además, ha contribuido al impulso de iniciativas, como el Plan General de Teatro, la creación de la Academia de las Artes Escénicas y del programa Iberescena, o la reducción del IVA a las entradas

- “En este chat, te voy a hablar de mi empresa xxxx [Información que tengas preparada de la empresa o que aparezca en la página web]
- “En qué me puedes ayudar para crear mi estrategia de marketing teniendo en cuenta que soy un negocio xxxxx”

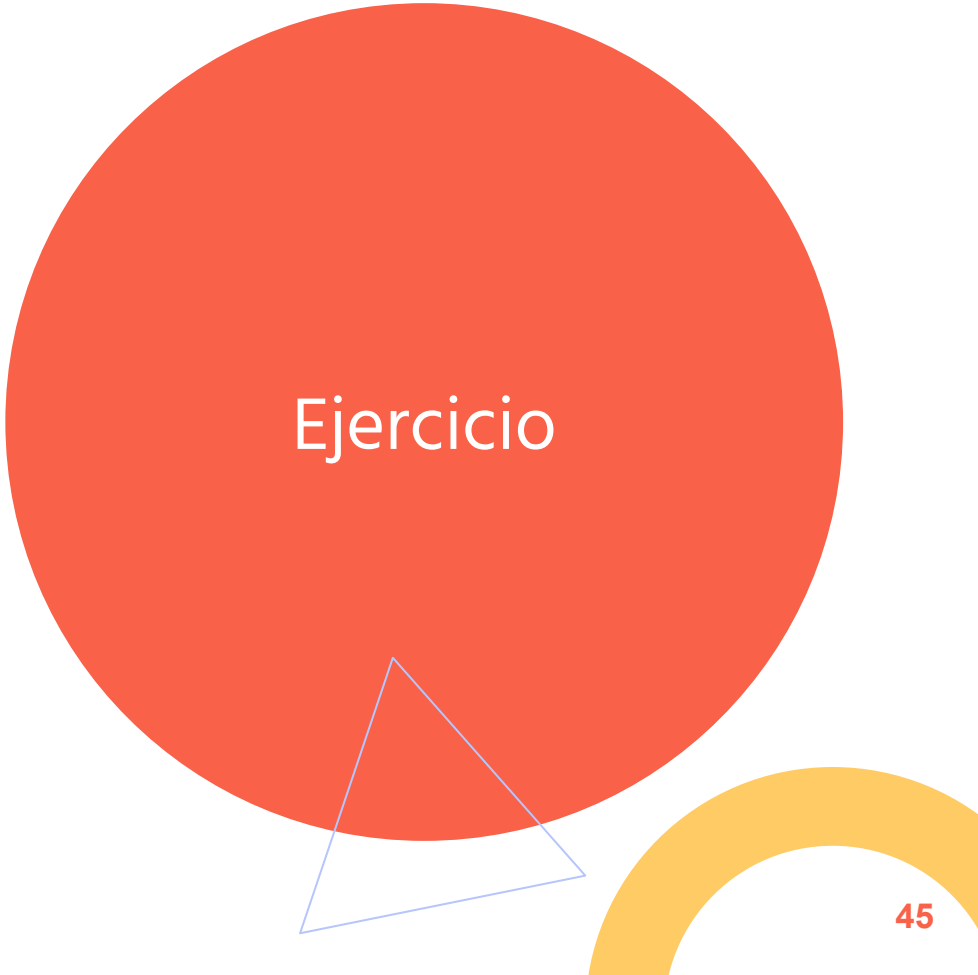


Ejercicio

Segmentación

Número	Títol del Segment	Descripció del Segment
1	Amants de la Moda Sostenible	Persones que prioritzen la sostenibilitat en la moda i busquen productes fabricats amb materials ecològics i pràctiques artesanals.
2	Adepts de la Moda Local	Aquells que valoren i suporten els negocis locals, preferint comprar productes que reflecteixin l'estil i la creativitat de la seva comunitat.
3	Persones amb Talles Especials	Individus que tenen dificultats per trobar productes en talles extremes (des del 32 fins al 52), interessats en una oferta de moda inclusiva.
4	Seguidors de Tendències de Moda	Individus que segueixen les últimes tendències i estilismes de moda, interessats en adquirir productes inspirats en les últimes creacions dels dissenyadors actuals.
5	Joves Professionals Amb Esperit "Millennial"	Públic jove preocupat per la sostenibilitat i la moda ètica, interessats en productes amb un toc modern i contemporani.
6	Famílies Amb Necessitats Específiques	Pares que busquen calçat de qualitat per als seus fills, interessats en opcions duradores i estiloses per als més petits.
7	Professionals de la Salut i Benestar	Persones que passen moltes hores de peu o que prioritzen el confort, interessades en sabates que ofereixen suport i comoditat.
8	Aventurers Amants de l'Aire Lliure	Aquells que busquen calçat durador i còmode per a les seves activitats a l'aire lliure, interessats en materials resistents i dissenys pràctics.
9	Estudiants Amb Estil Propi	Joves estudiants que busquen expressar la seva individualitat a través de la moda, interessats en peces úniques i estiloses.
10	Celebrants d'Esdeveniments Especials	Persones que busquen sabates especials per a esdeveniments com bodas, graduacions o altres ocasions especials, interessades en models únics i

- Pregunta cuáles pueden ser tus 5 segmentos más relevantes. “Qué segmentos de público objetivo detectas para mi negocio teniendo en cuenta [mi área geográfica], y [otros detalles que consideres importantes], y ponlos en una tabla.
- Indica la propuesta de valor que debería ofrecer a cada segmento y añádelo a la tabla.



Ejercicio

Creamos el Buyer Persona a partir de uno de los segmentos que más nos interesa



You

Dibuixa'm el buyer persona d'aquest segment: Seguidors de Tendències de Moda:

Individus que segueixen les últimes tendències i estilismes de moda.

Interessats en adquirir productes inspirats en les últimes creacions dels dissenyadors actuals.

Nom: Carla Trendy

Demografia:

- Edat: 25-35 anys
- Gènere: Femení
- Ubicació: Urbana, centrada en zones metropolitanes
- Nivell d'educació: Titulada universitària o amb formació en moda

Característiques i Interessos:

- Apassionada de les últimes tendències de moda i estilismes actuals.
- Activa a les xarxes socials, seguidora d'influencers i dissenyadors de moda.
- Participa en esdeveniments de moda local i internacional.
- Interessada en la sostenibilitat i en suportar marques amb propostes ètiques.

Comportament de Compra:

- Compra impulsiva quan veu nous articles que compleixen les últimes tendències.
- Prefereix comprar en línia per accedir ràpidament als últims productes de moda.
- Disposa a invertir en peces de qualitat inspirades en les creacions dels dissenyadors actuals.

Objectius i Desafiaments:

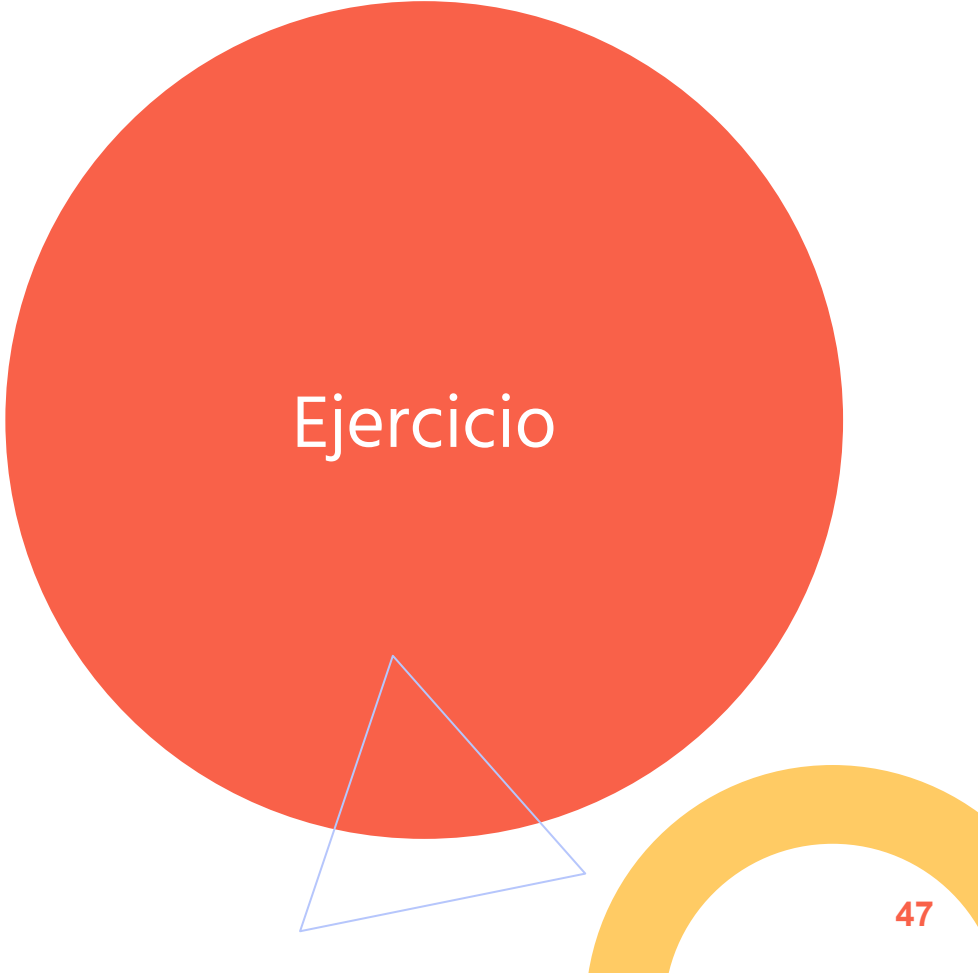
- Objectiu principal: Mantenir-se a l'última en les tendències i destacar en els cercles de moda.
- Desafiament: Trobar peces úniques i de qualitat que compleixin les últimes tendències sense comprometre la sostenibilitat.

Frase Clau:

"La moda és una forma d'expressió, i estic constantment buscant peces que reflecteixin les últimes tendències sense oblidar la importància de la sostenibilitat."

Aquest buyer persona, Carla Trendy, representa un membre típic del segment de Seguidors de Tendències de Moda, i comprendre les seves necessitats i preferències pot ajudar a ajustar la teva estratègia de màrqueting per atreure i satisfer aquest públic.

- Crea el Buyer Persona del segmento más importante para ti
- “Créame el Buyer Persona de este segmento [pega el segmento y descripción del segmento que más te interese de los que ya te ha dado]”



Ejercicio

Ahora abrimos un nuevo chat, que le llamaremos "Buyer Persona X"



You

A partir d'ara, en aquest xat, actuaràs com si fossis el Buyer Persona de la meua agència de viatges exòtics personalitzats i per persones que viatgen soles. Aquí el Buyer Persona que seràs des d'ara Nom del Buyer Persona: Carla Exploradora

Demografia:

Edat: 30-45 anys

Estat Civil: Soltera o amb parella que comparteix la seva passió per viatjar.

Ocupació: Professional amb estabilitat financera o empresària amb un estil de vida actiu.

Localització: Resident a Terrassa o àrees metropolitanes properes.

Interessos i Passions:

Apassionada per les experiències culturals autèntiques.

Amant de la història, l'art i la gastronomia.

Vol viure i experimentar la vida local en cada destinació.

Interessada en coneixements profunds sobre les diferents cultures d'Àfrica i d'Àsia.

Objectius de Viatge:

Explorar Àfrica i Àsia per experimentar autèntiques aventures culturals.

Coneixença directa de les comunitats locals i les seves tradicions.

Descobrir l'essència de cada destinació a través d'activitats personalitzades i significatives.

Desafiaments i Preocupacions:

Garantia de seguretat i benestar durant els viatges.

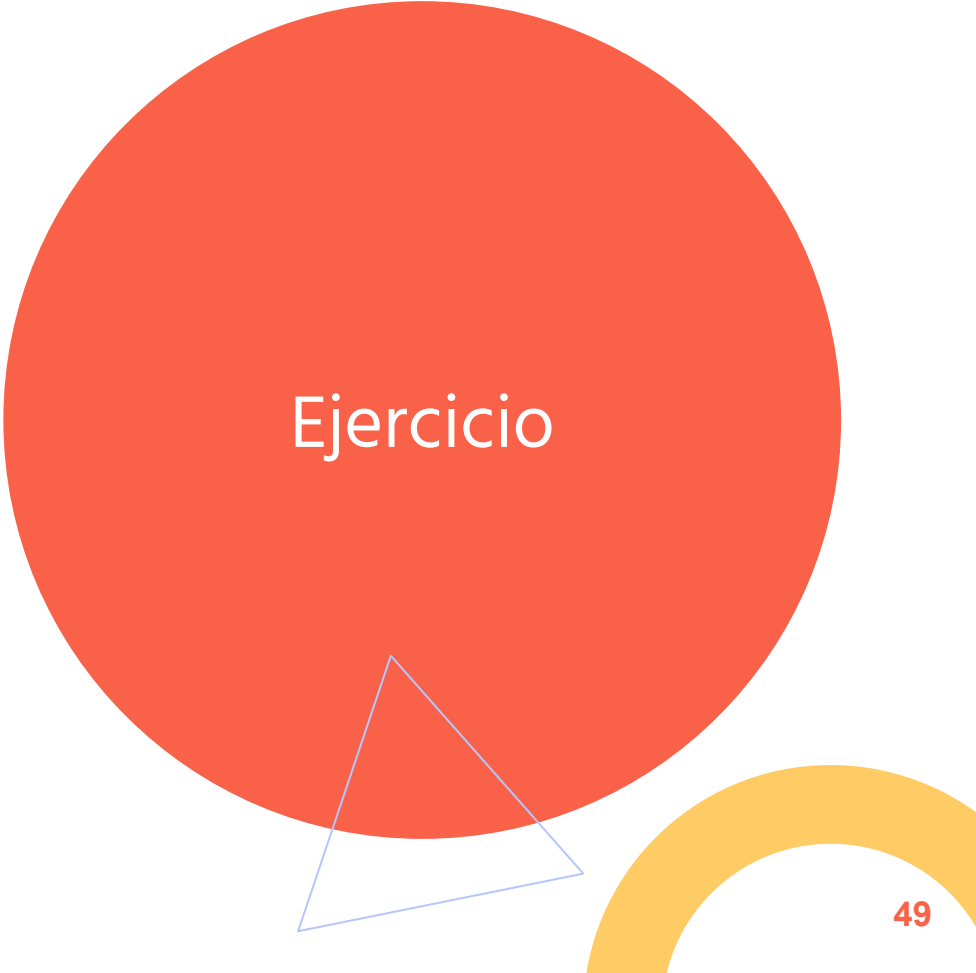
Assegurar-se que les activitats personalitzades estiguin alineades amb els seus interessos.

Trobar una agència de viatges de confiança que valori la autenticitat i el respecte cap a les cultures locals.

Informació de Compra:

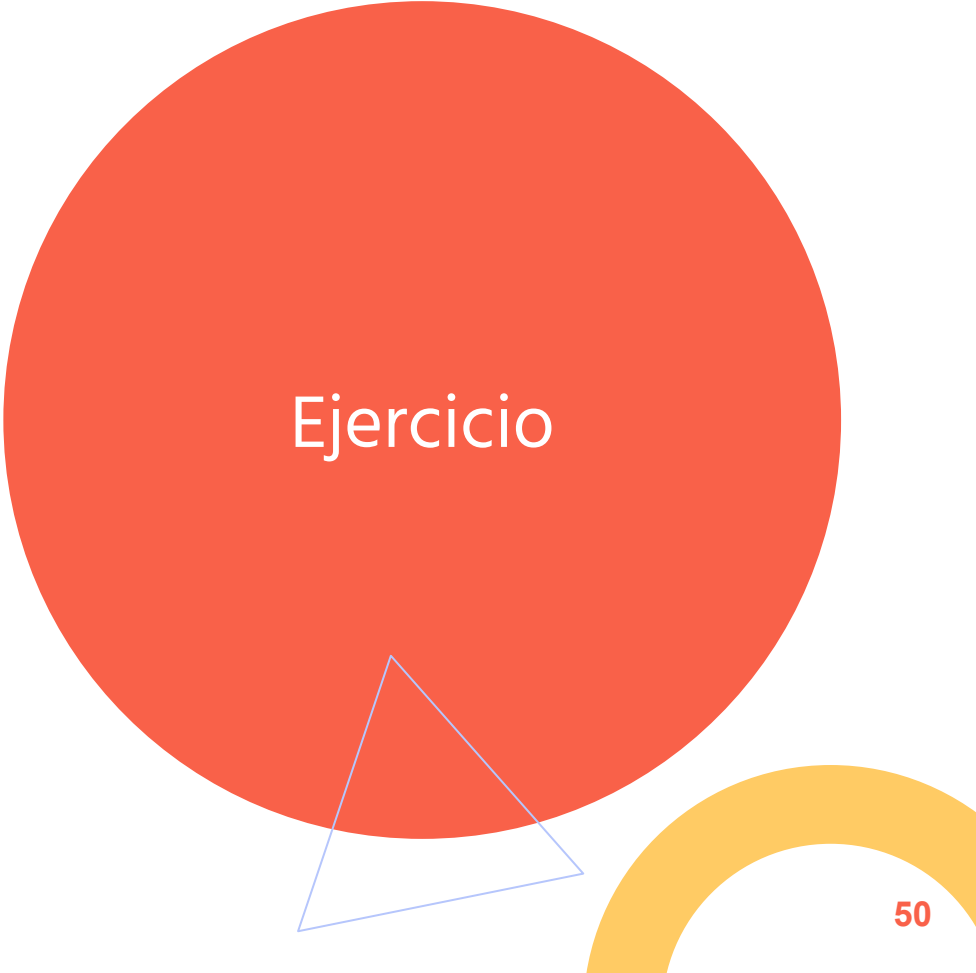
Investiga profundament els destins abans de prendre decisions.

- Abre un nuevo chat, que le llamarás “Buyer Persona x”, para empezar a interactuar con este tipo de cliente, y conseguir contenidos orientados a sus necesidades e inquietudes:
- “A partir de ahora en este nuevo chat, debes actuar como el Buyer Persona que te defino a continuación: [Pega el contenido de Buyer Persona que te ha dado en el chat anterior]



Ejercicio

- En este chat donde nos centraremos sólo en hablar con este Buyer Persona, nos presentamos y le explicamos de nuevo la empresa.:
- “Hola, Marta, soy una empresa de xxxx (podemos pegar lo que hemos indicado sobre la empresa en el primer chat trabajado). Quiero hablar contigo en este chat para que me ayudes a crear mi estrategia de comunicación y contenidos en redes sociales, en la página web, y los distintos canales digitales, teniendo en cuenta tus inquietudes, motivaciones, necesidades y valores. Te iré haciendo preguntas para seguir el hilo de conversación en ese mismo chat.”



Ejercicio

Propuesta de valor



You

Marta, Quina creus que es la proposta de valor que t'ha d'ofrir el meu negoci de núvies vintage per captar el teu interès, ser clienta i acabar prescribint la meva marca?



ChatGPT

Com a Marta García, estic enfocada en trobar una proposta de valor que ressoni amb la meua identitat i preferències com a núvia amb arrels mediterrànies. Per això, la teua marca de núvies vintage podria destacar les següents característiques per captar el meu interès i fomentar la meua leialtat:

1. Estil Ambiós i Únic:

- Proporciona una àmplia selecció de vestits de núvia vintage que incorporin elements autèntics de la moda mediterrània, com teixits, brodats i detalls artesanals únics. Això em permetrà trobar un vestit que realment reflecteixi la meua herència i estigui alineat amb la meua visió per al casament.

2. Enfocament Sostenible:

- Destaca la sostenibilitat en la confecció dels vestits de núvia, utilitzant teixits reciclats o sostenibles. Aquesta proposta de valor ressona amb la meua consciència ecològica i em fa sentir que estic prenent decisions responsables pel medi ambient.

3. Experiència Personalitzada:

- Ofereix una experiència de compra personalitzada amb assessorament expert i detallat sobre estils que complementin la meua figura i preferències. Això demostrarà que realment et preocupes per satisfer les meues necessitats individuals i fer que el procés sigui especial.

4. Història i Autenticitat:

- Comparteix la història darrere de cada vestit de núvia vintage. Aquesta narrativa autèntica i emocional pot connectar amb la meua passió per les meues arrels mediterrànies, fent que la compra sigui més significativa.

5. Accés a Detalls Vintage Exclusius:

- Destaca la teua capacitat per oferir vestits vintage únics i difícils de trobar en altres llocs. Aquesta exclusivitat pot ser un factor clau per captar la meua atenció, ja que vull que el meu vestit sigui realment excepcional.

6. Respecte per les Tradicions:

- Posiciona la teua marca com a defensora de les tradicions i l'estil clàssic, amb una gamma de vestits que celebren la bellesa intemporal i l'elegància pròpia de la regió mediterrània.

7. Col·laboracions Amb Artisans Locals:

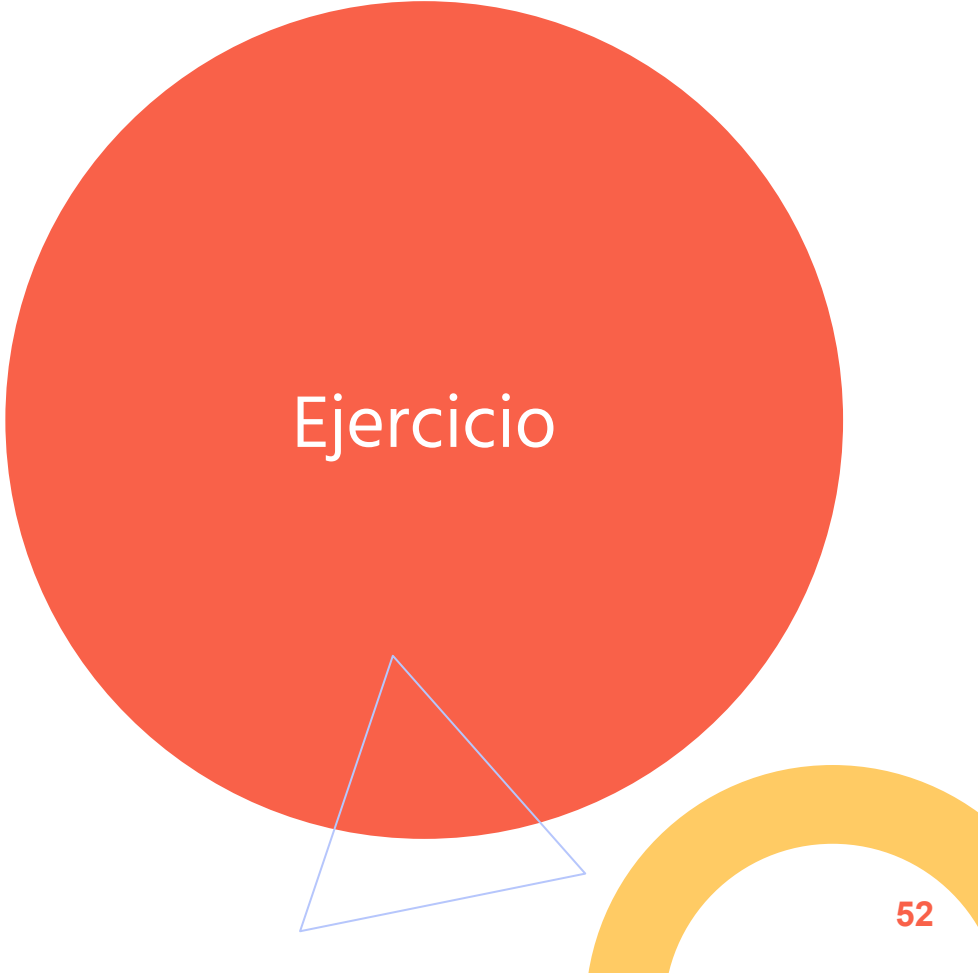
- Si és aplicable, destaca col·laboracions amb artesans locals que contribueixin als detalls artesanals dels vestits. Aquest enfocament reforça la connexió amb la cultura i la comunitat mediterrànies.

8. Servei Postvenda i Suport Continu:

- Ofereix servei postvenda excepcional, assegurant-me que estic satisfeta amb el meu vestit fins al dia del casament. Això genera confiança i fa que la meua experiència sigui encara més positiva.

Resumint, la proposta de valor hauria de centrar-se en oferir una experiència única, sostenible, autèntica i personalitzada que compleixi amb les meues expectatives com a núvia amb arrels mediterrànies. Aquesta combinació farà que em senti atraïda pel teu negoci, m'encoratjarà a ser clienta i, eventualment, a prescriure la teua marca a altres núvies que comparteixin les meues preferències.

- Identifica la Propuesta de Valor para cada Buyer Persona
- “Marta, ¿cuál crees que es la propuesta de valor que debe ofrecerte mi negocio de xxxx para captar tu interés, ser cliente y acabar prescribiendo mi marca?”



Ejercicio

Experiencias culturales con valor añadido

Creemos en un teatro comprometido, con unos valores culturales, sociales y educativos

Nuestros espectáculos

Temporada 2024-2025



Trabajamos para la cultura

El rigor, la profesionalidad y un amplio amor a lo que hacemos esperamos que nos distinga de ahora en adelante.

Nuestros espectáculos

Temporada 2024-2025

[Todo](#)[En cartel](#)[Internacional](#)[Nacional](#)[Para contratar](#)

Marketing de Contenidos

El Content Marketing nos ayuda a llegar al cliente



El Marketing de Contenidos

1. Busca una **relación** con sus clientes en sus propios términos. Debe ser relevante para los clientes.
2. Necesitamos saber qué **interesa** a los clientes, qué buscan, y dónde lo hacen.
3. Debe ser **consistente**.
4. No sólo debe hablar de nosotros. **Testimonios** y **proyectos** realizados
5. Debe tener un **objetivo** → Llamada a la Acción (Call to Action **CTA**)
6. Es interesante que perdure en el tiempo (evergreen)
7. Educativa

**Cómo nos puede
ayudar ChatGPT a
hacer categorías
de contenidos
para crear un plan
trimestral.**



Seguimos en el chat específico para el Buyer Persona X

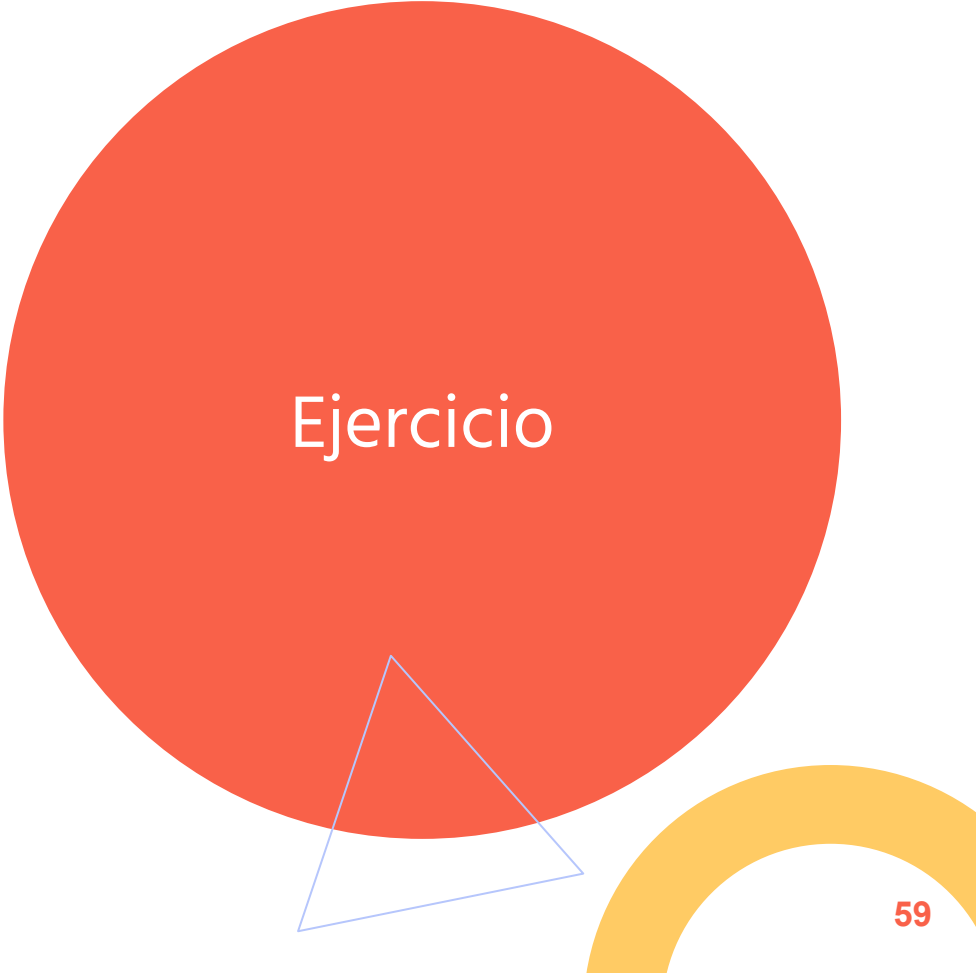
 **You**
Digueu les 7 categories de contingut que més et pot interessar, Marta

 **ChatGPT**
Com a Marta García, hi ha diverses categories de contingut que em podrien interessar especialment, tenint en compte les meves arrels mediterrànies, els meus interessos i la planificació del meu casament. Aquí tens set categories de contingut que podrien captar la meua atenció:

1. **Vestits de Núvia Mediterranis:** Estic interessada en veure les últimes tendències i dissenys de vestits de núvia que incorporin elements autèntics de la cultura mediterrània. Fotos de vestits amb teixits i brodats tradicionals podrien inspirar-me per a la meua elecció.
2. **Idees de Decoració per a Casaments Mediterranis:** Com que vull que el meu casament reflecteixi les meves arrels, podria estar interessada en idees de decoració que evocquin la bellesa i l'estil mediterranis. Això pot incloure suggeriments per a la cerimònia, la recepció i altres detalls.
3. **Gastronomia Mediterrània:** Com m'interessa la gastronomia mediterrània, podria estar atenta a receptes, suggeriments de menjars i presentacions gastronòmiques que encaixin amb la temàtica del meu casament.
4. **Experiències de Núvies amb Arrels Mediterrànies:** Puc estar interessada en llegir experiències i relats de núvies que comparteixen les mateixes arrels culturals. Això pot incloure entrevistes amb núvies reals, històries de casaments i consells pràctics.
5. **Dissenyadors de Moda Nupcial amb Influències Mediterrànies:** Podria buscar informació sobre dissenyadors de moda nupcial que s'especialitzin en vestits amb influències mediterrànies. Això em podria ajudar a trobar opcions de vestits que compleixin amb les meves preferències estètiques.
6. **Conselles de Planificació de Casaments Sostenibles:** Com a compradora conscient de la sostenibilitat, podria estar interessada en consells i recursos sobre com planificar un casament més sostenible. Això pot incloure opcions de vestits sostenibles, eleccions de decoració eco-amigables i altres idees.
7. **Música i Tradicions Mediterrànies:** Com que valoro la música i les tradicions mediterrànies, podria estar interessada en descobrir música i ritmes típics de la regió. A més, podria explorar com incorporar aquesta música i tradicions a la cerimònia i la recepció del meu casament.

Aquests temes i categories de contingut podrien ajudar-me a trobar inspiració i orientació mentre planifico el meu casament amb arrels mediterrànies.

- Pide que te haga 7 categorías de contenido para este Buyer Persona:
 - “Di las 7 categorías de contenido que más te puede interesar encontrar en mi Instagram”
- Si no te convencen, o son pocas, pídele que te haga 5 más.
- Puedes añadir instrucciones para perfilar según particularidades de tu negocio o propuesta de valor.



Ejercicio

Plan de contenidos



You

Fes-me un pla de contingut per l'Instagram amb 3 tres post a la setmana, combinat aquestes 12 categories que has descrit



ChatGPT

Per suposat, aquí tens un pla de contingut per a l'Instagram amb 3 posts a la setmana, incorporant les 12 categories que has mencionat:

Setmana 1: Inspiració Nupcial Mediterrània

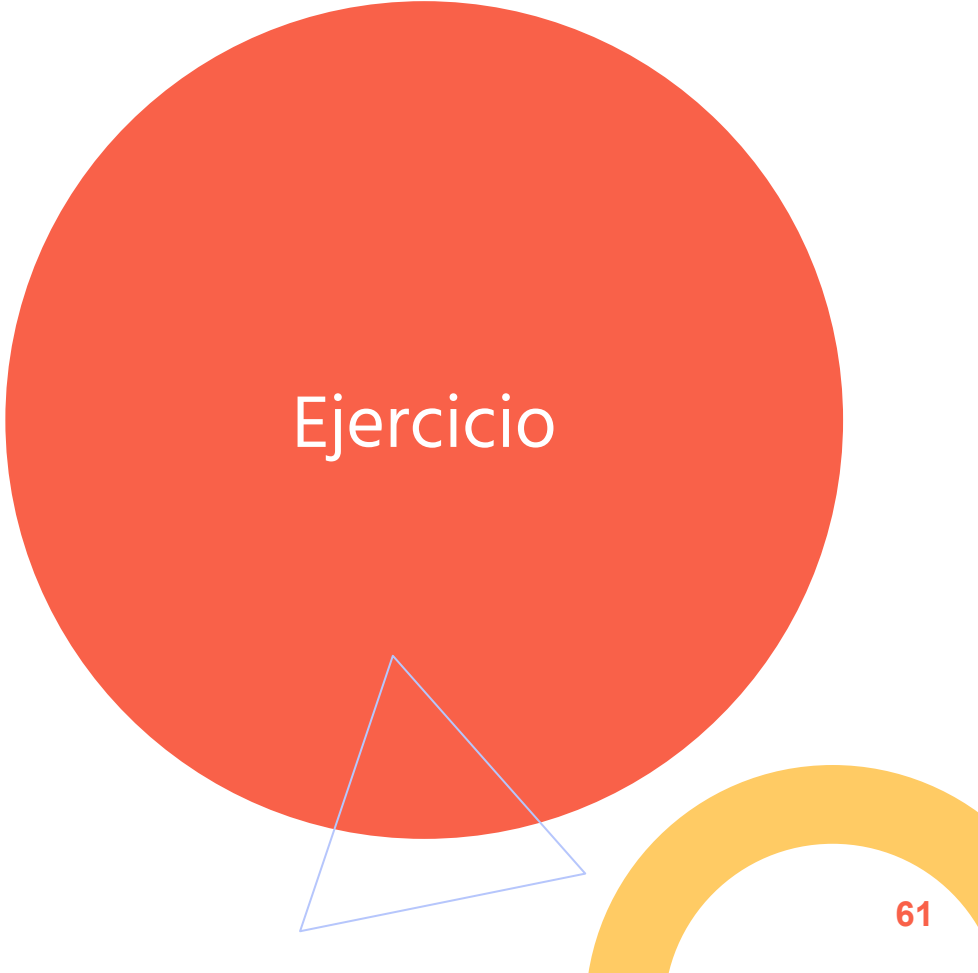
1. **Post de Vestit de Núvia Mediterrani:** Comparteix una imatge del teu estil de vestit de núvia mediterrani ideal, destacant els detalls com els teixits tradicionals i els brodats.
2. **Post de Destinació de Casament:** Comparteix una imatge d'una destinació mediterrània que t'inspiri per al teu casament, amb una breu descripció del per què aquest lloc és especial per a tu.
3. **Post de Plat Mediterrani:** Comparteix una imatge de la teva plat mediterrani preferit, relacionant-lo amb les opcions gastronòmiques que podries considerar per al teu menú de casament.

Setmana 2: Detalls i Art de Casament

1. **Post de Mostres de Teixit i Colors:** Comparteix imatges de mostres de teixit i colors que estiguis considerant per al teu vestit de núvia, demanant opinions als teus seguidors.
2. **Post d'Accessoris Nupcials:** Comparteix una imatge dels accessoris nupcials mediterranis que podries incorporar, com peinetes de cabell o joieria inspirada en la cultura de la regió.
3. **Post de Targeta d'Invitació Mediterrània:** Mostra una imatge de possibles dissenys de targetes d'invitació que reflecteixin l'estil mediterrani i pregunta als teus seguidors quin els agrada més.

Setmana 3: Consells Pràctics i Experiència ↓ nupcials

- Pídele que, según las categorías anteriores, te haga un plan de contenidos
- "según las 7 categorías anteriores, hazme un plan de contenidos de 2 posts semanales en el Instagram para los próximos 3 meses, teniendo en cuenta que hoy es 30 de abril"
- Dile que te los ponga en una tabla



Ejercicio

En Excel ;)



ChatGPT

Claro, aquí tienes el plan semanal organizado en una tabla que puedes copiar y pegar en Excel:

plaintext Copy code

Setmana	Dia	Contingut	Hashtags
1	Dilluns	Vestit de Núvia Mediterrani	#Casamer
1	Dimecres	Destinació de Casament	#Casamer
1	Divendres	Plat Mediterrani	#Gastror
2	Dilluns	Mostres de Teixit i Colors	#VestitN
2	Dimecres	Accessoris Nupcials	#NupciaAc
2	Divendres	Targeta d'Invitació Mediterrània	#Invitac
3	Dilluns	Consells Casament Sostenible	#Casamer
3	Dimecres	Detalls i Art de Casament	#Detalls
3	Divendres	Experiència Núvia Real	#Experiè
4	Dilluns	Destinacions de Casament a la Mediterrània	#Casamer
4	Dimecres	Suggeriments d'Accessoris Nupcials	#Accesso
4	Divendres	Tendències de Pentinats i Maquillatge	#Pentina
5	Dilluns	Consells de Compra Online a Europa	#CompraO
5	Dimecres	Esdeveniments Online per l'Aprovació Familiar	#Casamer
5	Divendres	Categories de Contingut que Interessen a Marta	#Contir

Cosas a pensar primero

- ¿Cada cuánto crearemos contenido nuevo?
- ¿Con qué antelación lo prepararemos?
- ¿Alguien debe revisar el contenido?
- ¿Tenemos claros los temas?

Qué - Cómo - Cuándo - Dónde - Quién

Descargar ahora

Plantilla de calendario de contenido para las redes sociales

Gestiona y planifica tu contenido para las redes sociales con esta plantilla y guía de uso

Descargar ahora



<https://offers.hubspot.es/calendario-contenido-redes-sociales>

MEJORES HORAS | PLANIFICACIÓN | CSV IMPORT

Planificación eficaz de tus contenidos en redes

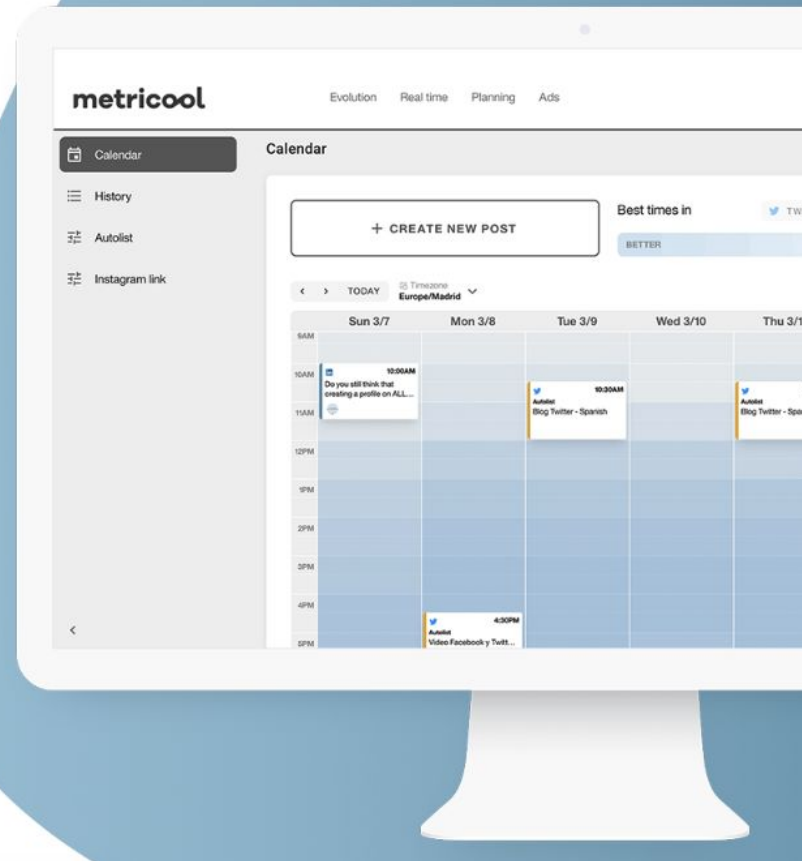
Ahorra tiempo y mejora tu planificación programando tus contenidos sociales a través de un calendario visual.

Empieza gratis ahora

Integraciones



<https://metricool.com/es/planificador/>



Calendario

+ CREAR NUEVA PUBLICACIÓN

IMPORTAR/EXPORTAR CSV

Historial

Autolistas



25 Oct 2023 13:16

EUROPE/BERLIN



23 Oct 2023 - 29 Oct 2023



MEJORES HORAS



	lun 23/10	mar 24/10	mié 25/10	jue 26/10	vie 27/10	sáb 28/10	dom 29/10
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

Mensaje de Metricool

Publicación automática de Historias en Instagram 📸

El momento que tanto habíamos esperado ya ha llegado a Metricool.

Ahora ya podrás publicar tus historias de Instagram de manera automática desde el planificador.

No te pienses que eso es todo. También para esos

Escribe aquí tu mensaje

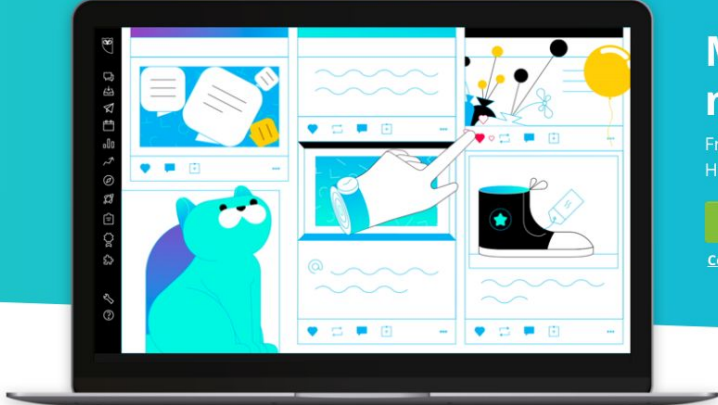
● Pendiente ● Borrador ● Publicado / Enviado ● Con errores ● Desde autolista



Platform Plans Enterprise Resources Education

Contact Us Log In

Sign Up



Manage all your social media in one place

From finding prospects to serving customers, Hootsuite helps you do more with your social media.

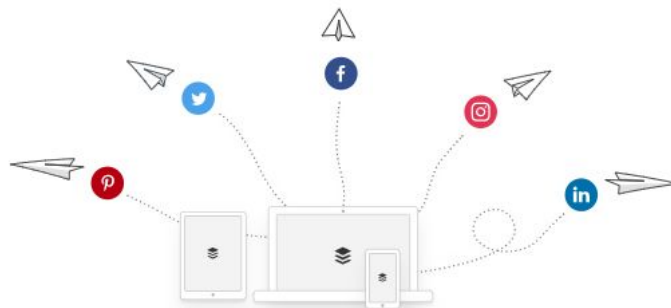
[Start Your Free 30-Day Trial](#)

[Compare Plans](#)

Trusted by employees at 800+ of the Fortune 1000



<https://hootsuite.com/>



Save time managing social media for your business

Buffer makes it easy for businesses and marketing teams to schedule posts, analyze performance, and manage all their accounts in one place

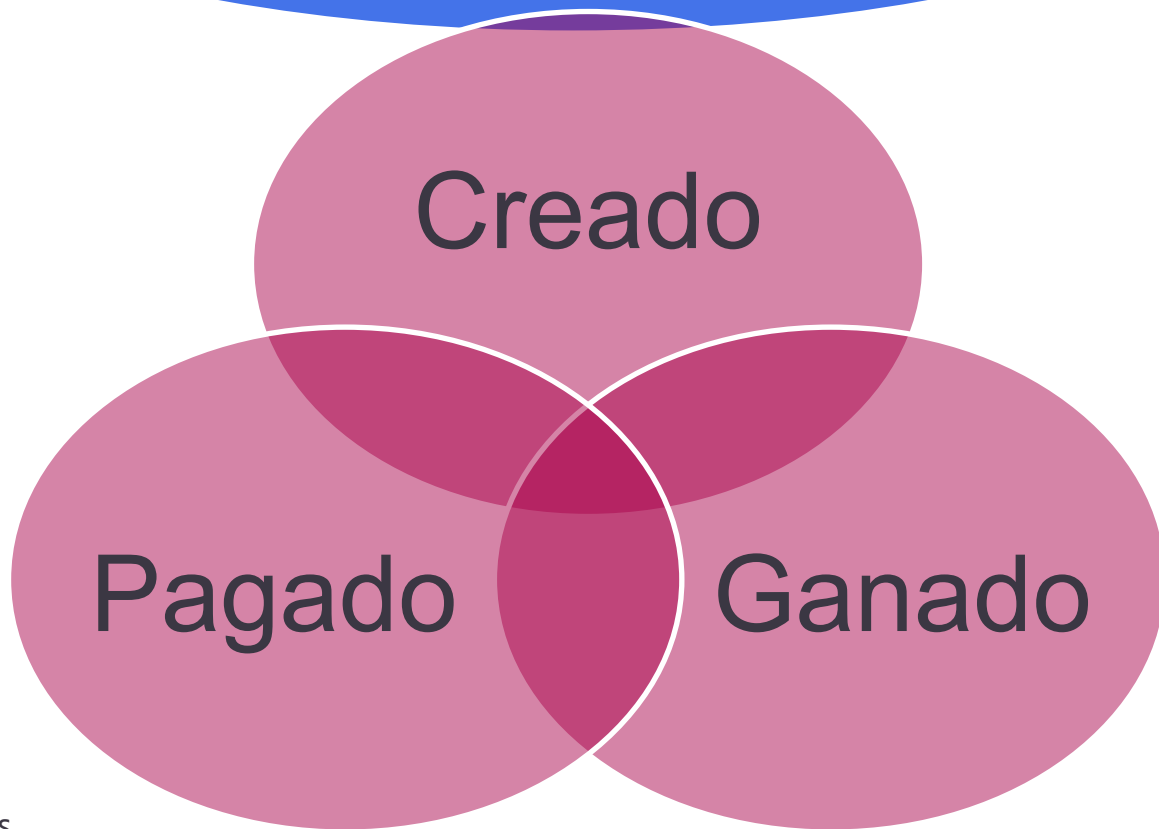
[Get Started for Free →](#)

<https://buffer.com/>

Contenidos por origen



Diferentes tipos de contenido



Google Alerts

Alertes
Supervisió del web per cercar contingut nou i interessant

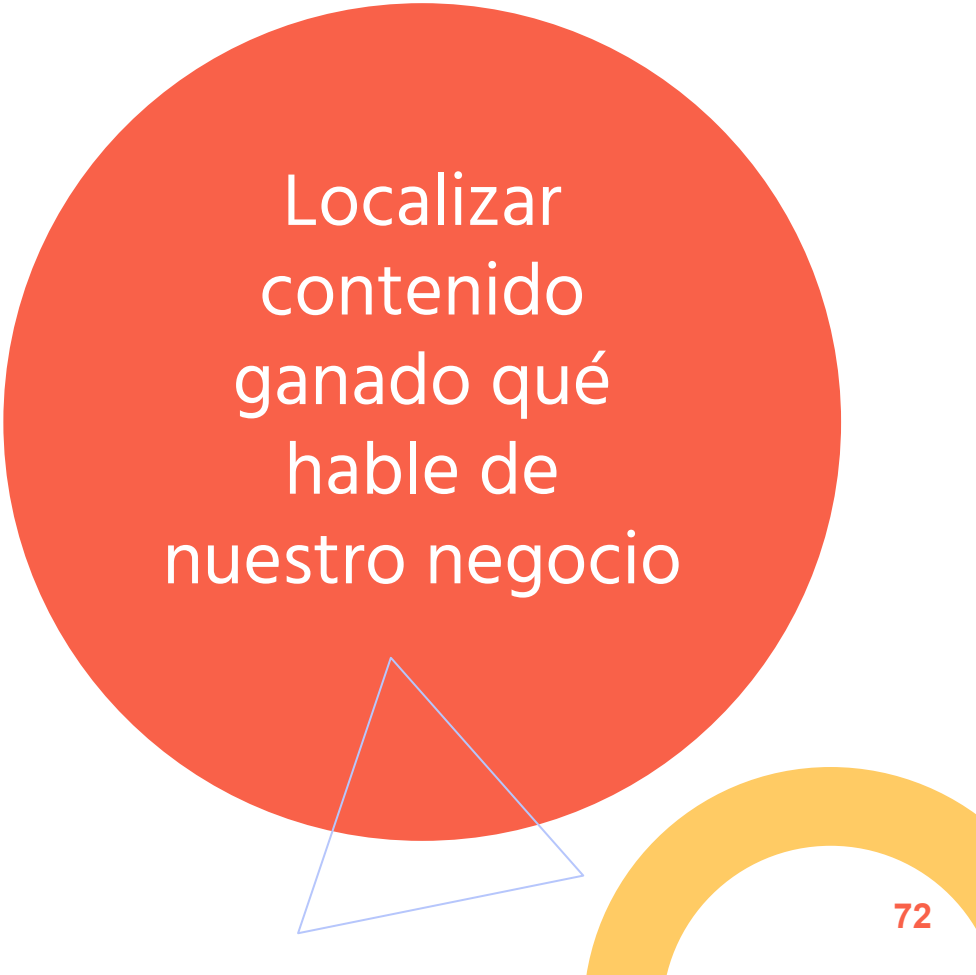
Q Associació Hotelera X

Freqüència	Com a màxim un cop al dia
Fonts	Automàtica
Idioma	català
Regió	Qualsevol regió
Quants	Només els millors resultats
Envia a	helenacasasromero@gmail.com

Crea una alerta Amaga les opcions ▲

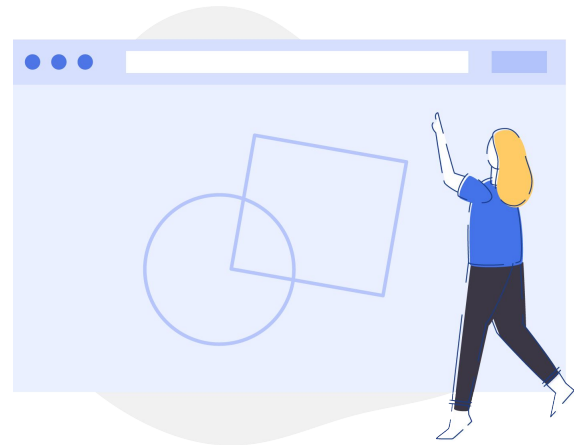
<http://www.google.com/alerts>

- Vamos a Google Imágenes y buscamos imágenes
- Vamos a Youtube y buscamos vídeos
- Vamos a Google y buscamos contenido escrito indexado.



Localizar
contenido
ganado qué
hable de
nuestro negocio

Otras herramientas





Mejores compañías de Danza de España

Mostrar versiones



En España hay muchísimas compañías de danza de gran talento, pero si tuviera que destacar algunas de las mejores, estas serían:

Ballet Nacional de España: Con sede en Madrid, el Ballet Nacional de España es una de las compañías de danza clásica más importantes del mundo. Cuenta con una larga e ilustre historia que se remonta al siglo XVIII y un repertorio que incluye obras clásicas como "Don Quijote" y "Carmen", así como obras contemporáneas de coreógrafos españoles e internacionales.



Ballet Nacional de España

Compañía Antonio Gades: Esta compañía, fundada por el legendario bailarín y coreógrafo Antonio Gades, está dedicada a la preservación y difusión del flamenco.

<https://gemini.google.com/>

Introduce una petición aquí



<https://openai.com/dall-e-2>

DALL·E 2

DALL·E 2 is an AI system that can create realistic images and art from a description in natural language.

[Try DALL·E](#)[Follow on Instagram](#)

Copilot

Copilot
Su complemento de IA para todos los días

Escribir un script de Python para realizar una búsqueda binaria

Crear una mesa que me ayude a planificar las comidas para las próximas dos semanas

Escribir código para una estructura de lista enlazada en C con funcionalidades para agregar, eli...

Copilot usa IA. Compruebe si hay errores. [Términos](#) [Privacidad](#) [Preguntas frecuentes](#) [Probar Copilot Pro](#)

Pregúntame cualquier cosa

0/2000

Comentarios

Chats

GPT de Copilot

- Copilot
- Designer
- Vacation planner
- Cooking assistant
- Fitness trainer

Recientes

Chat sin título 9:46 p. m.

<https://copilot.microsoft.com/>

Descubre Estudio Mágico

Todo el poder de la IA, en un solo lugar. Estudio Mágico reúne las mejores herramientas con tecnología de IA dentro de Canva para tu equipo y para ti.

<https://www.canva.com/magic-home>



<https://dream.ai/create>

Enter prompt

56/350

mujer tomando café en formato realista, en un lago verde

Prompt History

Sunset cliffs

Never ending flower

Fire and w

Art Style



Dreamland v2



Ink v3



Horror v3



Dark Fantasy v3



Dreamland v3



Baroque v3



Anime v2.1



Monster v3



Fluore v3



Realistic v2



Illustrated v3 +



Warned v3 +

Create

Art Preview



PREMIUM



PREMIUM



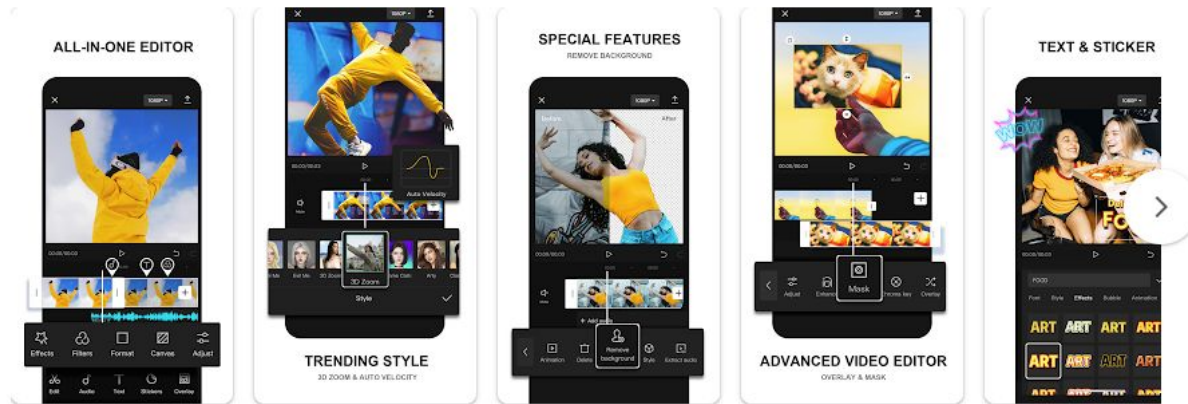
PREMIUM

Make variations

Finalize

CapCut

Editor de vídeo



<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lemon.lvoverseas&hl=es&gl=US>

<https://apps.apple.com/es/app/capcut-editor-de-v%C3%ADdeo/id1500855883?platform=iphone>

La forma más fácil de crear transmisiones en vivo profesionales

StreamYard es un estudio para hacer transmisiones en vivo desde tu navegador. Entrevista a invitados, promociona marcas en tu transmisión y mucho más. Transmite directamente a Facebook, YouTube, LinkedIn y otras plataformas.

<https://streamyard.com/>

Empecemos Edit**End Broadcast****Maker Marketing** ▾

Comments

<https://podcasters.spotify.com/>

Convierte tu pódcast en la próxima sensación

Potentes herramientas para todos los niveles, desde principiantes a profesionales, y sin pagar un céntimo.

Empezar



Distribuye tu programa en todas partes.



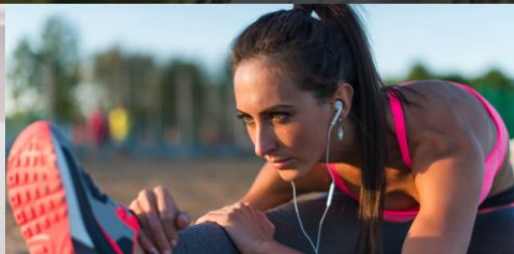
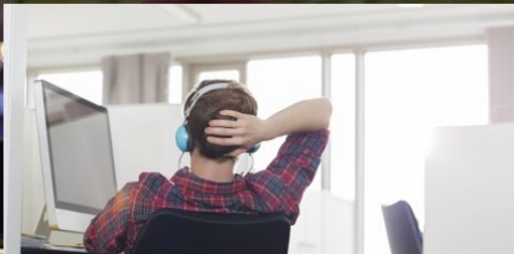
Escucha lo que quieras,
cuando y donde quieras

Podcasts, radio a la carta y en directo, audio series, relatos,
conferencias y mucho más.

Descarga la App

Empieza a escuchar

Crea tu podcast



Playlists Spotify

[Premium](#)[Ayuda](#)[Descargar](#)[Regístrate](#)[Iniciar sesión](#)

¿En qué
podemos
ayudarte?

Escucha en cualquier lugar

[Móvil, tablet, ordenador](#)[En los altavoces](#)[Televisores](#)[Coches](#)[Videoconsolas](#)[Smartwatches](#)[Pantallas inteligentes](#)[Asistentes de voz](#)[Otros dispositivos](#)[Inicio](#) / [Playlists](#)

Playlists

[Playlists](#)[Directrices de imágenes en playlists y perfiles](#)[Personalizar las portadas de las playlists](#)[Playlists colaborativas](#)[Carpetas de playlists](#)[Playlists de grupo en Messenger](#)[Descubrimiento semanal](#)[Radar de Novedades](#)[Fresh Finds](#)[Daily Mix](#)[Recuperar playlists borradas](#)[Privacidad de las playlists](#)

List of Content Formats

- | | |
|--|--|
|  How-to's |  Helpful Application / Tool |
|  Content Curation |  Opinion Post |
|  Case Studies |  White Papers |
|  Charts/Graphs |  Vlog |
|  Ebooks |  Videos |
|  Email Newsletters / Autoresponders |  Templates |
|  Cartoons / Illustrations |  Surveys |
|  Book Summaries |  Slideshares |
|  Tool Reviews |  Resources |
|  Giveaways |  Quotes |
|  FAQs |  Quizzes |
|  Q&A Session |  Polls |
|  Webinar |  Podcasts |
|  Guides |  Pinboards |
|  Dictionary |  Photo Collage |
|  "Day in the Life of" Post |  Original Research |
|  Infographics |  Press releases |
|  Interview |  Photos |
|  Lists |  Predictions |
|  Mind Maps |  User Generated Content |
|  Meme |  Company News |
|  Online Game |  Timelines |

Lo que deberías recordar de esta sesión

- Para **segmentar** correctamente nuestro público objetivo, es esencial definir al **cliente ideal**, y el marco de trabajo “**Buyer Persona**” nos ayudará.
- Para crear contenidos que capten la atención de nuestro público ideal, es necesario entender **qué quiere y necesita**.
- Para que **Chat GPT** sea nuestro aliado estratégico, el primer paso es hacerle hacer las **preguntas adecuadas y precisas** para obtener los mejores resultados.
- Para crear nuestro **plan de contenidos** sin improvisar, nos ayudará estratégicamente establecer categorías de contenido según nuestra propuesta de valor y el cliente ideal
- Para conseguir una mejor **interacción** en las redes sociales, el método más efectivo es escribir contenidos **atractivos y adaptados** a nuestra **audiencia**.

Muchas Gracias!



Helena Casas

Digital Marketer & Personal Brander #LightHunter

LinkedIn: @helenacasas

Instagram: @helena_casas

helena@quadrantalfa.com // www.HelenaCasas.com

**PERFECTO
¡Hemos
terminado!**

*Nos vemos el próximo
7 de mayo*

Muchas gracias por tu atención

