

Creación de contenido para redes sociales

Creación de contenido Audiovisual para redes sociales de los clientes del Grupo EmpresarialCSS

Yilver Javier Chaparro Jaimes

Universidad de Santander
Centro de Formación en Tecnologías
Tecnología en Diseño Gráfico Publicitario
Bucaramanga
2019

Creación de contenido para redes sociales

Creación de contenido Audiovisual para redes sociales de los clientes del Grupo EmpresarialCSS

**Trabajo de grado para optar por el título de
Tecnólogo en Diseño Gráfico Publicitario**

Yilver Javier Chaparro Jaimes

Director

Diana marcela Figueroa

Diseñadora Industrial

Universidad de Santander

Centro de Formación en Tecnologías

Tecnología en Diseño Gráfico Publicitario

Bucaramanga

2019

Nota de aceptación

**PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE
TRABAJO DE GRADO**

Siendo las 8:00 p.m. del día 28 de noviembre de 2019, se reunieron en la Sede Campus Universitario de Lagos del Cacique, Sala 6 de Audiovisuales el estudiante que a continuación se menciona para hacer la sustentación pública de su proyecto de grado y optar al Título de: **Tecnólogo en Diseño Gráfico Publicitario**.

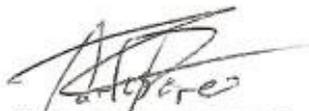
1. **AUTOR: CHAPARRO JAIMES YILVER JAVIER** **CÓD.: 17471036**
2. **TÍTULO: "CREACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA REDES SOCIALES DE LOS CLIENTES DEL GRUPO EMPRESARIAL CSS".**
3. **DIRECTOR DEL PROYECTO: DIANA MARCELA FIGUEROA QUIROGA**
4. **JURADO CALIFICADOR: CARLOS ANDRÉS PÉREZ BOADA
 SANDRA CAROLINA MÉNDEZ MANTILLA**
5. **MODALIDAD: PRÁCTICA EMPRESARIAL**

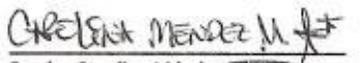
Después de escuchar la sustentación, el jurado, tomando en cuenta la coherencia con las áreas del conocimiento involucradas en el perfil de la carrera y la evaluación general del proceso de elaboración del Proyecto de Grado, asigna el siguiente concepto valorativo a dicho Proyecto de Grado:

Nota: 3.8 (TRES PUNTO OCHO)

En constancia firman:


Héctor Fernando Carrillo Márquez
Coordinador(a) del Programa


Carlos Andrés Pérez Boada
Calificador
Docente del Programa


Sandra Carolina Méndez Mantilla
Calificador
Docente del Programa



Dr. William Humberto Zamudio Peña
Director Centro de Formación
en Tecnologías


Diana Marcela Figueroa Quiroga
Director del Proyecto



Dedicatoria

Este proyecto es dedicado a Florinda y Javier quienes me acompañaron desde el inicio de la Carrera, ofreciendo su apoyo durante todo el proceso recorrido durante los tres años en los cuales hubo circunstancias adversas, pero con su apoyo pude superar aquellos obstáculos presentados durante este tiempo para lograr así poder obtener el título de tecnólogo en diseño gráfico y retribuir todo el esfuerzo y demostrar el apoyo brindado durante el proceso.

Agradecimientos

Agradezco por este proyecto a familiares mi abuela Florinda, mi padre Javier, Luz Mila los cuales me brindaron su ayuda a amigos que colaboraron durante el proceso en distintos factores, profesores el maestro Hector carrillo director del programa el cual brindo su ayuda durante toda la carrera solucionando los distintos problemas que se presentaron a los maestros que brindaron sus conocimientos en las distintas áreas del diseño y la publicidad, a la profesora Diana Marcela tutora del proyecto, los dueños del Grupo Empresarial CSS empresa en la cual presente las prácticas y en donde pude aplicar los conocimientos adquiridos además de aprender distintos procesos los cuales ayudaron a mejorar el contenido creado y obtener nuevos conocimientos para poder desempeñarme en el ámbito profesional logrando experiencia durante este proceso del cual se deriva este proyecto de grado.

Creación de contenido para redes sociales

Tabla de contenido

1.Introducción	11
2. Planteamiento del problema	12
3.Objetivos	13
3.1. Objetivo general	13
3.1.1. Objetivos específicos	13
4. Justificación	14
5. Marco referencial	16
5.1. Marco teórico	16
5.1.1. Grupo empresarial CSS	16
5.1.2. Misión	16
5.1.3. Visión	16
5.2. Marco tecnológico	17
5.2.1. Software de diseño	17
5.2.2. Redes sociales	17
5.3. Marco conceptual	18
5.4. Estado del arte	20
5.4.1. Dardo creativo	20
5.4.2. Winketing	20
5.4.3. JPL	21
6.Metodología	23
6.1. Definición del problema	23

Creación de contenido para redes sociales	7
6.1.1. Recopilación y análisis de datos	23
6.1.2. Creatividad	23
6.2 Experimentación	23
6.2.1. Solución	24
6.3. Cronograma de actividades	25
7. Desarrollo de los objetivos	27
7.1. Definición del problema	27
7.1.1. Recopilación y análisis de datos	28
7.2. Creatividad	29
7.2.1 Bocetos	30
7.3 Experimentación	35
7.4. Solución	39
8. Resultados y discusión	40
9. Trabajos realizados en la practica	41
10. Conclusiones	44
11. Referencias Bibliográficas	45

Lista de figuras

Figura 1. Página de la agencia dardo creativo	20
Figura 2. Página de la agencia Winketing	21
Figura 3. Página de la agencia JPL	22
Figura 4. Bocetos préstamos Colombia	31
Figura 5. Bocetos préstamos México	32
Figura 6. Bocetos catálogo de préstamos España	33
Figura 7. Story board videos informativos	34
Figura 8. Digitalización de las marcas	36
Figura 9. Digitalización del story board	38
Figura 10. Trabajos realizados en la practica	41
Figura 11. Trabajos realizados en la practica	42
Figura 12. Trabajos realizados en la practica	43

Glosario

Marketing Digital: es la evolución que ha tenido el marketing tradicional el cual se encargaba de generar distintas estrategias para publicitar en los medios de comunicación como la televisión, radio, revistas, periódicos llevando estas estrategias al mundo del internet y las redes sociales.

Piezas graficas: son las imágenes creadas desde el ámbito del diseño gráfico utilizando distintos conceptos para que así generen interés.

Pauta: es la acción que se realiza para promocionar o dar a conocer a las empresas por medio de estas ya pueden ser impresas o digitales.

Bocetacion: es el proceso del diseño en el cual se plantea lo que se quiere realizar para tener claro los procesos a realizar son realizados a mano, ya que es el primer paso a la hora de diseñar.

Digitalización: es el proceso en el cual se le aplican a los bocetos los colores para entregar al final una pieza efectiva.

Software de diseño: son los programas utilizados para generar contenido ya que facilitan la creación y diagramación de lo requerido

Trafico web: es la medición que lleva los publicitas para generar aumentó de clientes también llamativos

Resumen

Título: Creación de contenido audiovisual para las redes sociales de los clientes del Grupo empresarial CSS

Autor: Yilver Javier Chaparro Jaimes.

Palabras claves: diseño gráfico, Redes Sociales, Publicidad, Marketing Digital.

Descripción:

El auge de las redes Sociales y el internet en los últimos años ha evolucionado la forma en la cual se maneja la publicidad y el marketing ya que los medios tradicionales han quedado obsoletos frente a las nuevas generaciones de consumidores digitales los cuales están cada vez más conectados, Esto lo ha entendido el Grupo Empresarial CSS empresa para la cual se realiza este proyecto enfocado en crear contenido gráfico para los distintos clientes de esta empresa la cual desarrolla campañas de marketing digital en las distintas redes sociales.

De acuerdo a las especificaciones dadas por la empresa se realiza el contenido gráfico teniendo en cuenta las necesidades de cada cliente para así crear un contenido óptimo, el cual debe ser llamativo a los usuarios, además se genera una marca para darle una identidad a las distintas campañas generando confianza y credibilidad en los usuarios digitales.

Se establecen los criterios y se lleva a cabo este contenido dando así solución a los problemas presentados por la empresa cumpliendo con los objetivos planteados en el proyecto, el cual se lleva a cabo logrando un óptimo desarrollo de las actividades propuestas tanto por la empresa y la universidad, utilizando los distintos programas especializados en diseño y los conceptos adquiridos durante la carrera para diseñar las diferentes estrategias que cumplieran con los requerimientos de los clientes, logrando así una mayor interacción de los usuarios digitales con las distintas marcas a las cuales se creó este contenido con los distintos conceptos utilizados para lograr el objetivo.

Abstract

Title: Creation of audiovisual content for the social networks of the clients of the CSS Business Group

Author: Yilver Javier Chaparro Jaimes

Keywords: Graphic Design, Social Media, Advertising, Digital Marketing.

Description:

The rise of Social Networks and the Internet in recent years has evolved the way advertising and marketing are handled as traditional media have become obsolete to new generations of consumers which are increasingly connected, This has been understood by the Grupo Empresarial CSS company for which this project is carried out focused on creating graphic content for the different clients of this company which develops digital marketing campaigns in the different networks social.

According to the specifications given by the company the graphic content is made taking into account the needs of each client in order to create an optimal content, which should be attractive to users, It also generates a brand to give an identity to the different campaigns, generating confidence and credibility in digital users.

The criteria are established and this content is carried out in order to solve the problems presented by the company in compliance with the objectives set out in the project, which is carried out by achieving an optimal development of the activities proposed by both the company and the university, using the different design programs and concepts acquired during the race to design the different strategies that meet the clients' requirements, thus achieving a greater interaction of digital users with the different brands to which this content was created with the different concepts used to achieve the objective.

1.Introducción

En este proyecto se maneja los conceptos de marketing digital y contenido audiovisual, de acuerdo al avance que se ha tenido en el ámbito digital y tecnológico ha permitido crear un nuevo mercado el cual ha tomado gran fuerza y gracias a la publicidad ha generado bastante rentabilidad creando nuevas formas de generar ingresos por medio de las redes sociales, las cuales cuentan con millones de usuarios a nivel mundial, por estos motivos se presenta este proyecto que pretende solucionar temas de comunicación, utilizando el diseño gráfico y los distintos conceptos para generar piezas gráficas llamativas las cuales logren atraer a usuarios digitales a las distintas redes sociales de los clientes del Grupo empresarial CSS empresa para la cual se generan las distintas piezas para atraer usuarios digitales ya que teniendo un contenido de calidad y llamativo, junto a las distintas estrategias de marketing digital se quiere fortalecer las redes sociales de sus clientes, debido a este problema no lograban rentabilizar sus campañas digitales porque su contenido no contaba con los conceptos de diseño y publicidad adecuados por estos motivos se trabaja sobre esas bases mejorando así la calidad del mismo, aplicando los conocimientos en diseño para crear las distintas estrategias que cumplan con los objetivos.

planteando primero el problema al cual se pretende dar solución, se introduce en el recorrido que ha tenido las nuevas tecnologías y como esto ha impactado en las nuevas generaciones de usuarios digitales, se plantean además unos objetivos a cumplir y una estrategia para lograrlo pasando por varias fases del diseño, trabajando con los encargados de plantear las estrategias digitales para obtener información sobre cómo se maneja las campañas en internet ya que debe ser un conjunto de técnicas que con un buen contenido y las estrategias correctas de marketing se puede lograr cumplir con los objetivos planteados, ya que trabajando solo una línea no se cumplirá con lo planteado, debe ser un trabajo conjunto el cual se llevó a cabo en este proyecto mostrando cada proceso realizado y explicando paso a paso como se cumplió con los objetivos planteados.

2.Planteamiento del Problema

La publicidad y el marketing son términos que se han escuchado durante muchos años ya que estos son los encargados de dar a conocer un producto o servicio a la sociedad en general a medida que han pasado los años, estos han ido evolucionando de acuerdo a los cambios que han surgido en el mundo actual y la tecnología.

Hace algunos años atrás las agencias de publicidad y los encargados del marketing utilizaban los medios tradicionales como la televisión, radio, periódicos, revistas para publicitar los diferentes productos o servicios de sus clientes, se emitía el mensaje de acuerdo a los parámetros pautados en el brief, mas no se generaba una relación directa con los consumidores pues no existían las herramientas necesarias para conocer estos resultados, de aquellas campañas publicitarias emitidas, además de que las mismas tenían un costo bastante elevado y solo las grandes compañías podían publicitar sus productos o servicios.

Con el avance que ha tenido la tecnología y la invención del internet, el auge de las redes sociales ha cambiado el sistema publicitario ya que es mucho más asequible pautar para las pequeñas y medianas empresas, esto ha generado una nueva era en la publicidad ya que actualmente las campañas son dirigidas hacia las redes sociales, de igual forma las agencias de publicidad deben ser más exigentes con el contenido que producen porque los consumidores actuales así lo requieren para poder generar un relación empresa-consumidor y lograr una fidelización de los distintos grupos de consumidores hacia las distintas marcas.

Por estos motivos en el grupo empresarial CSS se quiere potenciar su presencia en los ámbitos del marketing digital para ofrecer a sus clientes mayor productividad y eficacia en las diferentes redes sociales Y así obtener mayor afianzamiento con sus usuarios permitiendo de esta manera obtener una mayor rentabilidad.

Es importante la función que cumple el diseño gráfico, ya que por medio de este se crea el contenido necesario para poder ser promocionado en las distintas plataformas digitales. Además, se debe tener en cuenta las distintas funciones que se dan gracias al trabajo realizado desde esta disciplina, donde se reúnen las diferentes técnicas aplicadas a piezas publicitarias.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Crear contenido audiovisual para aumentar el tráfico en las redes sociales de los clientes del grupo empresarial CSS, por medio de estrategias de diseño y publicidad.

3.1.1 Objetivos específicos

- Identificar la tipología del producto gráfico que requiere el cliente según sus especificaciones.
- crear la imagen de marca para generar confianza y credibilidad en los usuarios
- Generar el producto gráfico que permita atraer posibles clientes a estas empresas.
- Comparar campañas previas, para mejorar la calidad del contenido que se manejará en las redes sociales de las empresas.

4. Justificación

La publicidad se ha tomado las redes sociales y el internet “según un estudio realizado por BI Intelligence con datos de EE. UU., las empresas de este país duplicarán la inversión en anuncios de redes sociales entre 2016 y 2021, pasando de 15.500 millones de dólares a más de 30.000 millones de dólares.” (Universo Abierto,2018, <https://universoabierto.org/2018/06/08/estudio-anual-de-redes-sociales-2018/>).

Esto ha generado que los usuarios estén cada día más interesados en participar y apoyar a las distintas marcas que pautan en las redes sociales, lo cual ha llevado a las empresas a invertir más dinero en sus anuncios en las mismas, esto debido al gran alcance que tiene una campaña realizada en redes sociales, además de la facilidad que ofrecen para segmentar el público objetivo al cual se quiere dirigir la empresa.

Este fenómeno también ha llegado a Colombia en donde cada vez son más, los usuarios de estas redes sociales y las empresas han empezado, a invertir en las mismas para promocionar sus productos y servicios dado que es una buena forma de entrar en el mercado, aunque se mantiene las estrategias tradicionales, está tomando fuerza el marketing digital y los llamados influencers en Colombia los cuales son utilizados por la empresas para dar a conocer sus productos por medio de estas personas, esto ha generado una nueva manera de manejar la publicidad y cada día se invierte más dinero.

“58 minutos diarios es el promedio de tiempo al día que se dedica a una Red Social. En cuanto a las horas diarias, WhatsApp (1:33) lidera, seguida de Youtube (1:10). Y Instagram (1:00), Las mujeres y los más jóvenes (de 16 a 30 años) son los dedican más tiempo a Redes Sociales” (Ciberclick,2019, <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>).

De acuerdo a estas cifras se puede determinar cuáles son, las redes sociales con mayor impacto en los usuarios y las que están tomando fuerza en los distintos medios digitales para así poder

Creación de contenido para redes sociales

analizar, en cuál de estas se puede optimizar los anuncios y el contenido de las campañas publicitarias para obtener un resultado más eficaz y dirigido a los usuarios interesados en estos productos para que la campaña sea exitosa.

Tristán Elosegui (2015) “Podemos decir que el marketing online y la analítica digital han crecido juntos, pero han estado separados. En parte por la evolución propia de internet y de ambas disciplinas, durante años nos hemos encontrado con estrategias sin rumbo y análisis muy básicos” (p.15).

Por estas razones en el grupo empresarial CSS, se quiere optimizar los procesos realizados en el ámbito digital para que los clientes puedan obtener más visitas en sus páginas web, y así lograr aumentar sus ventas ofreciéndole a sus usuarios productos o servicios de calidad, además, del contenido ofrecido debe ser optimo, para así mantener esa relación usuario y empresa.

5. Marco referencial

5.1. Marco teórico.

5.1.1. Grupo empresarial CSS

El grupo empresarial CSS es una empresa joven conformada por miembros que poseen una larga experiencia en cada una de sus funciones y fortalezas (Publicidad y Marketing en Internet, Marketing Off Line y Desarrollo de Software) los cuales se unieron y conformaron esta empresa para así dar soluciones más eficientes a sus clientes.

5.1.2. Misión

Proporcionar crecimiento en Internet a nuestros Clientes a través de idear ESTRATEGIAS DE AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DIGITALES basadas en HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS que suministren tráfico de calidad a sus portales web, al menor costo posible aumentando la rentabilidad para ellos y para nosotros.

En el Grupo Empresarial CSS.SAS [e-Growthers] es imprescindible que cada proceso que compone nuestras unidades de negocio sean efectuadas bajo el valor del trato justo hacia los clientes, proveedores y colaboradores, por ello nos identificamos con el lema de "Tratos Justos Tratos Largos".

5.1.3. Visión

Innovar a través del Desarrollo de Software y la creación de aplicativos funcionales para la industria de la publicidad y el marketing digital haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información como la AI (Inteligencia Artificial) y la Tecnología BlockChain (Cadena de Bloques) para promover el crecimiento y la presencia en los medios digitales de nuestros clientes.

Nos visualizamos como una empresa altamente rentable donde los costos operativos tienden a cero y altas utilidades. Deseamos que las empresas que acuden a nosotros se sientan satisfechas del crecimiento que les brindamos a través de las estrategias y desarrollo tecnológico que le brindan los e-Growthers

5.2. Marco tecnológico:

En el campo del diseño gráfico, existen muchos programas los cuales ayudan en distintas fases del proyecto que se quiera realizar, ya que tienen herramientas especializadas las cuales, con creatividad se pueden generar propuestas increíbles por eso es necesario que los diseñadores, estén actualizados con los programas para así ofrecer un servicio de calidad.

5.2.1. Software de diseño:

Existen diferentes softwares de diseño los cuales nos permiten realizar diferentes actividades según lo requiera el cliente, existen programas para realizar vectores, ilustraciones, logos, composiciones impresas o digitales. También encontramos otros los cuales nos permiten retocar y mejorar las fotografías o realizar fotomontajes. También existen software que nos facilitan la maquetación de piezas gráficas y otros que son totalmente en línea los cuales nos permiten realizar videos informativos estas herramientas facilitan el trabajo del diseñador gráfico.

5.2.2. Redes sociales:

La publicidad en redes sociales es una nueva forma de interactuar con los clientes y las empresas han entendido esto muy bien, por eso han generado distintas estrategias para lograr posesionarse en las mismas y así generar un impacto en sus clientes, y generando más confianza y respaldo.

Facebook: con 2,200 millones de usuarios activos es un sitio web creado en el 2004 por estudiantes de la universidad de Harvard es una red social que te permite compartir y ver contenido sobre cualquier tema además de poderte comunicar con tus amigos sus principales ingresos los obtiene de la publicidad.

YouTube: con 1,900 millones de usuarios, es un sitio web el cual te permite ver o subir videos o películas de tu interés se fundó en el 2005 y en el 2006 fue adquirido por google es una plataforma

Creación de contenido para redes sociales

muy utilizada ya que facilita el contenido en video por eso las empresas pautan allí generando una gran suma de dinero invertida en publicidad.

Instagram: 1,000 millones de usuarios fue creada en el 2010 su función es subir fotos o videos y compartirlos con tus amigos en esta red además de poder aplicar efectos a las fotos a tomado gran fuerza y por eso se invierte en publicidad para llamar la atención de los usuarios de esta red social.

5.3. Marco conceptual:

En el mundo del diseño y el marketing digital existen varios términos que se utilizan para referirnos, a cosas en específico para poder entender a que se refieren estos conceptos se explicaran a continuación:

Marketing digital: El marketing digital en la nueva forma de promocionar productos o servicios de manera digital y totalmente online ya que es aplicar los conocimientos del marketing tradicional pero en el mundo del internet esto facilita el proceso para las agencias de publicidad y las empresas que pautan ya que permite generar una base de datos de los distintos usuarios digitales para así poder controlar los nichos de usuarios y sus gustos para generar así mejor contenido, esta nueva forma de publicidad se ha tomado el internet ya que las empresas invierten grandes cantidades de dinero en estas campañas digitales beneficiando así a varios factores que contribuyen en esta gran industria de la publicidad que genera grandes ganancias anualmente.

Página de aterrizaje: Estas páginas son las que muestran el contenido del producto o servicio promocionado en las distintas redes sociales su función es como su nombre lo indica que los usuarios aterricen en estas páginas y puedan obtener mayor información de la que vieron en la publicación por eso Esta información debe ser breve y directa ya que el usuario puede aburrirse muy rápido si no encuentra la información que necesita.

Creación de contenido para redes sociales

Trafico web: Una de las principales funciones del marketing digital es llevar tráfico de clientes al negocio, a los lugares de comercio electrónico de la empresa a través de diferentes técnicas como el uso de buscadores. Además, su objetivo es lograr que los usuarios digitales lleguen a las páginas web de los anunciantes para así lograr vender que al fin es el propósito de todo esto, y el tráfico ayuda en esta tarea ya que es sumar los posibles clientes que llegan a las distintas páginas de internet.

Sem: SEM es el acrónimo de Search Engine Marketing. Cuando hablamos de SEM nos referimos a las campañas digitales las cuales son optimizadas por los distintos buscadores con palabras clave para así poder llegar a los clientes necesarios y los cuales puedan estar interesados realmente en el producto o servicio que se quiere publicitar.

Seo: Es el posicionamiento que se puede optimizar por medio de los buscadores para cuando los usuarios busquen algo similar puedan observar el sitio web de manera rápida y eficaz este método es totalmente orgánico, así que se puede lograr resultados sin tener que invertir dinero si no de manera gratuita y son resultados bastante buenos, también se puede aplicar en los distintos contenidos creados para obtener más clientes

Email Marketing: El correo electrónico es uno de los servicios que tienen millones de usuarios en internet por este motivo las empresas lo utilizan para promocionar servicios y productos, obteniendo una base de datos con correos de muchas personas y utilizando un programa el cual ayuda con el proceso de envío a cientos de correos para mostrar por medio de anuncios sus productos o servicios de una forma directa con el cliente para así tener una cercanía con sus usuarios.

Blogs personales y corporativos: Los Blogs son un servicio que ofrecen distintas personas a nivel mundial es un espacio en el cual expresan sus puntos de vista sobre diferentes temas y logrando así generar una audiencia los cuales expresan sus opiniones y sugerencias en estos blogs, también pueden ser utilizados para generar publicidad a aquellos nichos de mercado según sus especificaciones.

5.4 Estado del arte

En el medio del marketing digital y las redes sociales también existen varias agencias las cuales han entendido el cambio que ha tenido la publicidad, se encargan de llevar las diferentes campañas al ámbito digital y totalmente online, ya que estas nuevas tecnologías permiten un mejor seguimiento a las mismas lo cual genera un mayor beneficio para la empresa y la agencia. Dentro de estas agencias en la ciudad de Bucaramanga encontramos:

5.4.1. Dardo creativo

Esta es una agencia la cual manejan el marketing digital y las plataformas online, pero su fuerte son las páginas web ya que realizan diseño web responsive, sitios web administrables, páginas web sin plantillas y totalmente personalizado. En este sentido esta agencia maneja muy bien el tema y cuenta con profesionales en el campo de la programación altamente calificados.



Figura 1. página de la agencia dardo creativo <https://www.dardocreativo.com/>

5.4.2. Winketing

Creación de contenido para redes sociales

Son una agencia la cual se dedican a las ventas online y a la potencialización de las diferentes redes sociales dentro de su catálogo de servicios esta:

Anuncian Tu marca, producto o servicio a cientos de miles de potenciales compradores 5 veces más prospectos *en clientes a través de poderosos* embudos de ventas, Posicionarte como experto catapultándote a la posición número uno en la mente de tus consumidores en piloto automático 24-7. Ahorrar mucho dinero al no tener que gastar en personal, ni en costosas herramientas, Automatizar todo tu proceso de marketing y ventas para optimizar tu gestión comercial.



Figura 2 página de la agencia winketing <https://winketing.com/>

5.4.3. JPL

Es una agencia que maneja el tema de posicionamiento web en plataformas digitales como lo es el inbound marketing, seo, marketing de contenido, potencializan las herramientas de búsqueda online para generar que sus clientes, tengan una buena posición en los diferentes motores de búsqueda online, para así generar tráfico en las páginas de aterrizaje de los mismos, cuentan con profesionales en el ámbito del SEO y ofrecen un nivel en la web óptima para promocionar servicios o productos.



Figura 3 página de la agencia JPL <https://jpl.com.co/>

Teniendo en cuenta los diferentes servicios que ofrecen estas agencias, en el grupo empresarial css se ofrece a los clientes un servicio el cual se unifican todas las posibles técnicas de marketing digital, posicionamiento web y optimización de las redes sociales ofreciendo así un servicio unificado y de alta calidad ya que se logra crear contenido eficaz y óptimo de acuerdo a las especificaciones de la empresa para sus usuarios.

6. Metodología

Se basa en la metodología propuesta por Bruno Munari y se define 5 fases principales: definición del problema – recopilación y análisis- creatividad- experimentación y solución.

6.1. Definición del problema:

El contenido que se pretende realizar tendrá que ser creativo y que cumpla con los objetivos planteados por el cliente, ya que cada solicitud plantea requerimientos diferentes según las necesidades y tipologías propias de cada oferta a publicitar, para lograr captar la atención de los internautas y así promocionar y vender los productos o servicios de los distintos clientes del Grupo empresarial CSS (nombrado G.E.CSS).

6.1.1. Recopilación y análisis de datos:

En esta fase del proyecto se analizará algunas campañas realizadas por el G.E.CSS, además se hará una entrevista con el socio encargado de la creación de las campañas publicitarias, para así verificar los datos relevantes, y obtener la información necesaria sobre el contenido que han realizado y como lo han estructurado para así poder avanzar en los objetivos planteados y poder sacar conclusiones conjuntas para encontrar en que se ha fallado, y poder crear así un mejor contenido.

6.1.2. Creatividad:

Teniendo en cuenta los datos que se puedan obtener de la entrevista y con la información expresada se realizaran propuestas y alternativas desde el diseño gráfico para así poder optimizar las distintas redes sociales, planteando los beneficios de los servicios o productos ofrecidos por el cliente, utilizando distintos programas de edición y creación gráfica, para el contenido uniendo los conceptos planteados y así poder generar piezas llamativas y lograr más tráfico en estas redes sociales.

6.2. Experimentación:

Creación de contenido para redes sociales

En esta fase se iniciarán pruebas con distintos programas en línea y software de diseño los cuales facilitaran el proceso de creación de animaciones, piezas gráficas de acuerdo a las especificaciones del cliente, la idea será establecer los softwares los cuales coincidan con los parámetros establecidos para el contenido, creando varios videos para ir mejorando en cada paso realizado para llegar así a un contenido óptimo para los requerimientos establecidos.

6.2.1. Solución:

De acuerdo al trabajo que se creará desde la parte gráfica, creativa y publicitaria se podrá analizar los datos obtenidos en las redes sociales y el alcancé de las campañas que se realicen durante el tiempo establecido, para así poder identificar en que se estaba fallando y observar los resultados logrados según las especificaciones dadas, logrando así dar una solución clara y eficaz a los clientes del Grupo empresarial CSS.

6.3. Cronograma de actividades:

Definición del problema: 26 de agosto – 02 de septiembre

- Identificar las distintas plataformas por las cuales se creará el contenido
- observar los parámetros establecidos por la empresa

Recopilación y análisis de datos: 02 de septiembre – 23 de septiembre

- analizar las campañas realizadas anteriormente
- realizar una entrevista con el representante de la empresa para obtener información
- examinar los datos obtenidos en la entrevista para mejorar el contenido

Creatividad: 23 de septiembre – 14 de octubre

- De acuerdo con los parámetros de los proyectos se planteará propuestas para las campañas
- Se crearán logotipos para las diferentes campañas a realizar
- Se llevará a cabo una solución para los videos los cuales sean más llamativos

Experimentación: 14 de octubre-28 de octubre

Creación de contenido para redes sociales

-Con los parámetros obtenidos se escogerá un software de diseño para llevar a cabo los diferentes proyectos

-Se plantearán propuestas para la identidad gráfica de las campañas que se acoplen a los objetivos planteados

-Se realizarán distintas piezas gráficas para las redes sociales buscando una línea de diseño adecuada

Solución: 28 de octubre-11 de noviembre

-Se revisarán los resultados obtenidos en las distintas redes sociales con el contenido realizado

-De acuerdo al tráfico logrado durante las campañas se analizarán la cantidad de usuarios que obtuvieron el producto o servicio.

7. Desarrollo de los Objetivos

7.1. Definición del problema:

Se estableció los parámetros a seguir durante el proyecto, para llevar a cabo los diferentes contenidos, teniendo en cuenta las páginas de las empresas para obtener la información, y así poder realizar las piezas graficas o audiovisuales según lo requiera la oferta del cliente.

En esta etapa se establecen los requerimientos para crear el contenido teniendo en cuenta:

Videos:

Duración de 3 minutos

Dimensiones del vídeo 1200 px * 720 px

Realizar llamados a la acción

Comenzar con una pregunta

Post para redes sociales:

Títulos llamativos

Información relacionada al servicio o producto

Imágenes referentes a lo ofrecido en el post

Logotipos:

Tengan relación con la oferta que se quiere publicar

Que lleven el nombre y símbolos referentes a la oferta

7.1.1. Recopilación y análisis de datos:

Creación de contenido para redes sociales

Se realizó una entrevista con el socio encargado de las campañas de marketing y se obtuvo la siguiente información:

¿Qué campañas o contenido se ha realizado anteriormente?

Nuestra compañía realiza campañas en redes sociales 100% del vertical financiero para Colombia, México, Argentina y España. Adicional se crea contenido para 4 cuentas de Instagram, canales de YouTube y Facebook.

¿Quién realizaba el contenido generado para estas campañas?

Nosotros mismos nos encargábamos de realizar el contenido y la elaboración de videos, no contábamos con un diseñador.

¿Qué herramientas o software utilizaban para crear el contenido?

Usábamos para la creación del contenido en Instagram la herramienta de Canva y para videos se usaba cantasia y Powtoon.

¿Cumplían con los objetivos planteados con ese contenido?

No lográbamos cumplir al 100% con el cronograma de publicación de contenido. No se lograba tener la interacción esperada

¿Qué esperan del contenido que se pretende realizar es este nuevo proyecto?

El contenido aporte mayor valor al usuario, así estarán, mas atraídos por el mismo.

¿Qué cambios se han identificado comparado con el contenido anterior?

El contenido que se está realizando actualmente nos ha permitido empezar a manejar en cada cuenta de intragram, Fan Page de Facebook y Canal de YouTube la tipografía correcta, los colores adecuados y el lenguaje correcto.

¿cómo se podría mejorar el contenido para alcanzar con los objetivos?

Creación de contenido para redes sociales

Creando infografías son bastante populares hoy en día en el mundo web y son una excelente herramienta para la presentación de la información y de fácil lectura.

De acuerdo a la información obtenida en la entrevista se analizaron las campañas realizadas anteriormente, y el contenido creado para promocionar en redes sociales, se observa que el contenido no generaba la interacción requerida en los usuarios ya que no contaban con el conocimiento y la aplicación de los principios básicos del diseño gráfico.

Además, se requería una imagen para poder respaldar el contenido y ofrecer así más confiabilidad en el servicio ofrecido para los usuarios por eso se plantea la idea de crear un logotipo y así dar ese respaldo hacia los interesados en el contenido.

Requerimientos establecidos por el cliente

Se analiza la información recopilada en términos del socio encargado y se transforman en requerimientos:

- Utilizar software especializados en diseño gráfico para crear el contenido.
- Crear logotipos para las campañas generando confianza y credibilidad.
- Realizar contenido llamativo el cual cumpla con los objetivos planteados.

7.2. Creatividad:

Teniendo en cuenta las falencias encontradas en el contenido creado para campañas anteriores se plantea mejorarlo, para así lograr los objetivos planteados por la agencia para cumplir con sus clientes.

se plantea una mejora en los videos realizados utilizando programas especializados en la creación y edición de material audiovisual los cuales tienen una mejor legibilidad permitiendo así, a los usuarios poder entender las ideas planteadas en las distintas partes del video para poder transmitir los conceptos correctamente.

Se realizan bocetos para la imagen de las campañas y lograr una confiabilidad en los usuarios establecidos para poder transmitir los mensajes en las distintas redes sociales.

Creación de contenido para redes sociales

7.2.1. Bocetos:

Propuesta 1



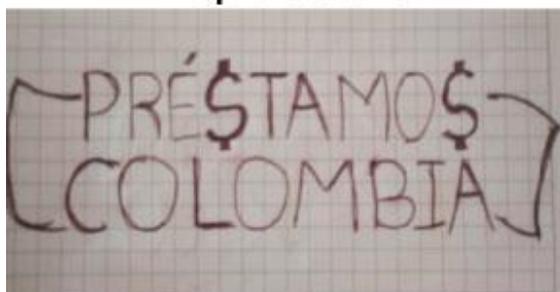
En esta propuesta se maneja las iniciales de la Marca utilizando la P como centro y la C se ubica en la parte superior de la letra uniéndose con un símbolo de una flecha para darle dinamismo a la marca y se ubica el texto en la parte derecha generando así un imagotipo como primera propuesta

Propuesta 2



En este boceto se genero un semi circulo del cual sale el nombre de la marca, y se crea con el fin de darle fuerza a la palabra Colombia ya que tiene forma de C, se crea también un símbolo de unos billetes los cuales se utilizan para respaldar la palabra prestamos generando así un isologo para esta propuesta.

Propuesta 3



En esta propuesta se utiliza la palabra de la marca como centro del logo además se cambio las s por el símbolo del dinero y se utilizan 2 líneas en los extremos de la palabra dando importancia a la misma generando un isologo como tercer propuesta.

Para la marca PRESTAMOS COLOMBIA se escoge la propuesta 2 para la fase de experimentación ya que cumplen con los requerimientos, ya que es clara y precisa con los elementos que contiene y podría funcionar de manera correcta para lograr los objetivos

Prestamos colombia

Figura 4 bocetos prestamos colombia

Prestamos Mexico**Propuesta 1**

Se maneja la marca de una forma central utilizando La primera palabra en minúscula y el nombre de el País de la oferta en mayúscula para una importancia Mayor se crean dos líneas en los extremos de las dos Palabras generando así un estilo clásico y resaltando Las dos palabras que componen la marca.

Propuesta 2

En esta propuesta se plantean las dos iniciales De la marca utilizando la P principalmente y La letra M se genera a partir de letra principal Y el nombre se única en la parte inferior Centrándolo con respecto a las iniciales para Generar un equilibrio visual.

Propuesta 3

Se crea este boceto utilizando la marca en un Recuadro, en letras mayúsculas para generar Un impacto visual sobre las palabras además Este recuadro finaliza con unas ondas simulando Movimiento esto con el fin de dar a entender la Rapidez con la que se puede solicitar un préstamo Ya que es un servicio Online se quiere enfatizar en Esta parte.

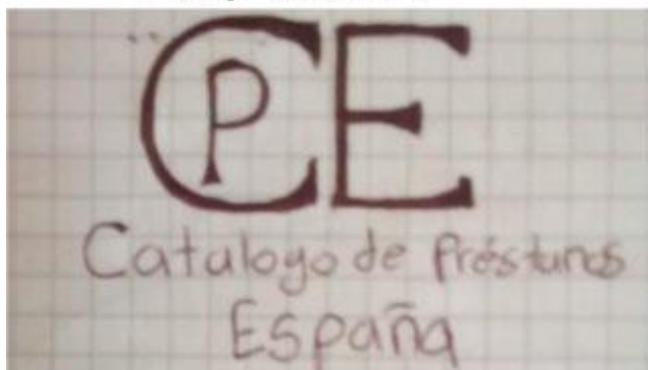
Para la marca PRESTAMOS MÉXICO se escoge la propuesta 3 para la fase De experimentación, ya que cumple con las especificaciones requeridas, Es una propuesta clara la cual da una visión de rapidez y eficacia.

Figura 5 bocetos prestamos mexico

Creación de contenido para redes sociales

Catalogo de prestamos españa

Propuesta 1



En esta propuesta se utilizan las iniciales de la Marca las cuales se enfatiza en la C y la E Logrando un equilibrio entre las mismas y se pone la P en el centro de la letra C para dar A entender que se trata de un catalogo el cual Engloba varios servicios entre ellos los Prestamos Online.

Propuesta 2



Se genera una combinación entre el símbolo Que caracteriza al euro el cual es la moneda Local del país de España y dos círculos los Cuales se unen junto a las líneas encerrando El símbolo de dinero, se ubica en la parte Derecha la marca.

Propuesta 3



En esta propuesta se utilizan un juego visual Con el texto ya que la palabra CATALOGO se Crea mas grande y las los palabras siguientes Quedan al margen de la primera y el nombre Del país también de genera grande para dar Importancia ademas se utilizan tres recuadros Que recubren el texto junto al símbolo del Dinero que se quiere transmitir que abarca Varios servicios financieros.

Para la marca CATALOGO DE PRESTAMOS ESPAÑA se escoge la propuesta 3 Para la fase de experimentación se observa que es precisa y engloba los Elementos requeridos tiene una perspectiva clara se entiende de que trata La marca ademas contiene un esquema con los tamaños de las palabras la Cual genera un interés en la marca.

Figura 6 bocetos catalogo de prestamos españa

Creación de contenido para redes sociales

Se plantea unos bocetos para la creación de los videos teniendo en cuenta la información suministrada

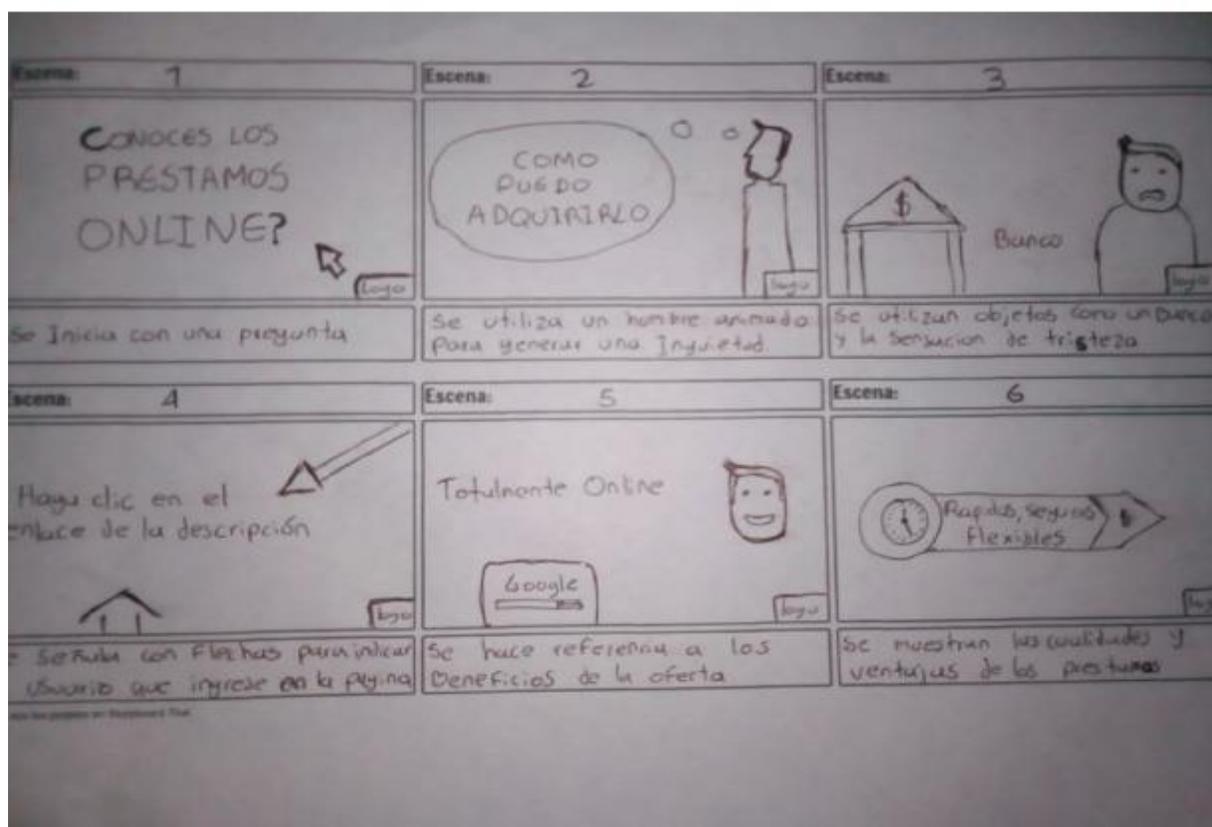


Figura 7 story board videos informativos

7.3. Experimentación:

En esta fase se digitalizan los bocetos escogidos aplicándoles los colores correspondientes para así utilizar este recurso en las piezas y videos que se pretenden realizar ofreciendo una mayor confianza en los usuarios y generando un respaldo a las campañas.

Creación de contenido para redes sociales

Digitalización:



Se realiza la digitalización de la propuesta elegida. Para esta etapa se utilizan colores como el verde. El cual se aplica en los símbolos de dinero ya que se asocia al mismo se utiliza un tono gris en la línea que engloba el texto para generar un balance entre los tonos, ya que en los textos se utilizan los colores amarillo, azul y rojo los cuales son los colores de la Bandera del país Colombia y así poder darle una conexión a la marca.



Se digitaliza esta propuesta aplicando color. Los cuales generan un equilibrio visual en la marca se utiliza un verde claro para el fondo ya que es dinámico y aporta fluidez al logo. Que es lo que se quiere transmitir se aplica un tono blanco al texto principal para que genere contraste al verde se utilizan los colores de la bandera del país de la oferta para darle una identidad a la marca referente al país donde se publicará.



En esta propuesta se quiso realizar un contraste. Con dos colores se utilizó el verde para la parte de las líneas y el símbolo del dinero y en el texto se le aplica un tono anaranjado al texto para darle fuerza y a la vez genere una combinación con el símbolo y sea agradable visualmente.

Figura 8 digitalización de las marcas

Creación de contenido para redes sociales

Se realizan una serie de videos con diferentes programas en línea para observar que herramientas se ajustan mejor a los objetivos requeridos para crear el contenido. Además, se dan una serie de pruebas para establecer el estilo que debería tener para así, enfocar en una línea gráfica y poder realizar de manera correcta este contenido requerido para publicitar este servicio. Se utilizarán diferentes recursos como gifs animados y personajes, junto con la idea principal, también con objetos relacionados a la oferta.



Figura 9 digitalización del story board

7.4. Solución

Se elaboraron piezas publicitarias con contenido atractivo y de calidad generando mayor confianza y credibilidad, como consecuencia se evidencio un incremento de un 70% en los seguidores en las cuentas de instragram y visualizaciones en los videos de youtube.

En la red social Instagram hubo un incremento en la interacción de 12 personas a 56 personas En el último trimestre del año.

Instagram realizo un cambio en su algoritmo en donde aquellas cuentas que no presentara calidad en su contenido serian penalizadas. Antes los post eran poco nítidos y no eran visualmente estéticos ni interesantes, Gracias al contenido y las piezas publicitarias dadas por este proyecto se pudo manejar positivamente estos cambios y mantener las cuentas vigentes ya que se cuenta con contenido de calidad.

8. Resultados y discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos en la metodología del proyecto realizado y los datos que genero los encargados del marketing del Grupo empresarial CSS empresa a la cual se realizaron las piezas graficas de puede observar un balance positivo ya que se cumplió con lo propuesto en la solución del proyecto aumentando así en los seguidores de las distintas redes sociales igualmente en las visualizaciones de los videos creados y publicados en YouTube, en las interacciones que las personas tuvieron con el contenido creado junto a la estrategia aplicada por la empresa se pudo mantener las cuentas ya que Instagram presento una actualización en la cual las cuentas que no contaran con contenido de calidad serian penalizadas se aumentó el tráfico en las páginas de los clientes ya que hubo mayor interacción en las redes sociales gracias al trabajo conjunto y la correcta aplicación de los distintos conceptos de diseño gráfico y publicidad obtenidos en el transcurso de la carrera evidenciando en la practica un correcto y eficaz uso de las herramientas y la creatividad aplicada en las piezas graficas realizadas.

9. Trabajos realizados en la practica



Se crea esta imagen para una empresa de Prestamos Online mostrando sus beneficios



Esta imagen se utiliza en la personalización De un vídeo en la plataforma youtube el cual Da información sobre viajes a distintos destinos.



Se crea esta imagen para una red social Da información sobre beneficios de créditos Online.



Se utiliza esta imagen para llamar la atención De los usuarios tratando el tema de trading o Inversiones en la bolsa de valores.

Figura 10 trabajos realizados en la practica



Esta imagen se crea para manejar la cuenta de Instagram de Jaime Reina el cual ofrece asesorías Y cursos Online sobre inversiones y negocios

En este post para Instagram se explica que es El marketing de CPA y como funciona.

Se crea este post para la cuenta de Jaime Reina dando a conocer las acciones que generan ganancias en Internet explicando una de ellas.

Figura 11 trabajos realizados en la practica



Se realiza esta imagen para
Explicar como invertir y asegurar
La inversión por medio del trading



Se crea este logotipo para
Un nuevo proyecto del
Grupo empresarial CSS

10. Conclusiones

- Identificando los requerimientos de las distintas ofertas que se manejaron durante el proyecto teniendo en cuenta la duración de los videos realizados, el orden en la información, el tamaño de las imágenes de acuerdo a la red social donde se publicaría el manejo de los colores corporativos, una imagen clara y llamativa la cual se realizó correctamente de acuerdo a los parámetros establecidos cumpliendo con el objetivo planteado.
- Se realizaron distintas marcas para las ofertas publicadas se logró una mayor confianza en los usuarios los cuales interactuaron aún más con las publicaciones, ya que se generó un respaldo en las mismas, teniendo en cuenta los conceptos de diseño de identidad visual aplicándolos en los bocetos y digitalización de estas marcas, se manejan colores, formas llamativas y actualizadas con los cuales se cumplió el objetivo de generar confianza y credibilidad.
- En la creación de las piezas gráficas, teniendo en cuenta la información del cliente se manejaron distintos conceptos para las campañas realizadas obteniendo así un resultado positivo ya que se incrementó en un 70% los seguidores de las distintas redes sociales, igualmente en las visualizaciones de los videos publicados en YouTube, logrando atraer nuevos clientes a las distintas empresas para las cuales se generó este contenido. Cumpliendo así con el objetivo de generar atraer nuevos clientes para las distintas empresas.
- Comparando las campañas realizadas anteriormente, se identificó que había una falla en la calidad y la creatividad del contenido por estas razones no aumentaban sus alcances, durante el proyecto se mejoró la calidad de estas piezas graficas las cuales cumplían con los requerimientos desde el ámbito del diseño gráfico y junto a la buena estrategia aplicada por los encargados del marketing se logró aumentar las interacciones de los usuarios ya que paso de 12 a 56 personas alcanzadas con este contenido creado, cumpliendo con el objetivo propuesto de mejorar la calidad del contenido manejado en las distintas redes sociales.

11. Referencias Bibliográficas

Elosegui, (2015). Marketing Analytics. Madrid: Ediciones Anaya multimedia

Consuegra, (1988). ABC de marcas mundiales. Bogotá: Editor David consuegra

Airey, (2015). Diseño de logos. Madrid: Ediciones Anaya multimedia

Universo Abierto, (2018). Estudió anual de redes sociales. Recuperado de:

<https://universoabierto.org/2018/06/08/estudio-anual-de-redes-sociales-2018/>

Ciberclick, (2019). Publicidad en redes sociales ventajas y beneficios. Recuperado de:

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>

