

**FORMULACIÓN DE UN PLAN DE SOCIAL MEDIA PARA INSTAGRAM Y
FACEBOOK EN LA EMPRESA PIEL & DISEÑO DE SAN JUAN DE PASTO,
AÑO 2023
(Resumen Analítico)**

**FORMULATION OF A SOCIAL MEDIA PLAN FOR INSTAGRAM AND
FACEBOOK IN THE COMPANY PIEL & DISEÑO OF SAN JUAN DE PASTO,
YEAR 2023
(Analytical Summary)**

Autores (Authors): ARTEAGA PORTILLA, Cesar David, TULCÁN ESPINOSA, Milton Sebastián

Facultad (Faculty): de FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.

Programa (Program): MERCADEO

Asesor (Support): MG. SILVIO ANDRÉS JOJOA MARTÍNEZ

Fecha de terminación del estudio (End of the research): ENERO 2024

Modalidad de Investigación (Kind of research): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE

FORMULACIÓN
PLAN DE SOCIAL MEDIA
INSTAGRAM Y FACEBOOK
EMPRESA

KEY WORDS

FORMULATION
SOCIAL MEDIA PLAN
INSTAGRAM AND FACEBOOK
COMPANY

RESUMEN: El presente proyecto de grado se enfoca en la formulación de un plan de social media y estrategias de marketing para la empresa Piel & Diseño, ubicada en Pasto, en el año 2023. El objetivo principal es desarrollar un enfoque estratégico para las redes sociales, centrándose en la identificación del Buyer persona y la implementación de estrategias efectivas de marketing.

El método empleado en la investigación fue probabilístico con una metodología cuantitativa que ayudó a PIEL & DISEÑO, elegir una idea, para transformar varias preguntas en una investigación por conveniencia en el tipo de muestreo seleccionado. Por lo se determinaron variables cualitativas policotómicas, teniendo en cuenta que se buscó: conocer varias características relacionadas con el fortalecimiento de identidad de marca, para lo cual como primer paso consistió en la investigación y análisis del mercado objetivo de Piel & Diseño. A través de técnicas como encuestas, entrevistas y análisis de datos, se identificó y perfiló al Buyer persona, es decir, el cliente ideal de la empresa. Esto permitió comprender sus necesidades, preferencias y comportamientos en las redes sociales

Con base a los resultados obtenidos se realizó la implementación de un enfoque estratégico y efectivo en social media, con el cual se pretende buscar y potenciar la visibilidad de la empresa, fortalecer la interacción con la audiencia y maximizar los resultados obtenidos a través de estas plataformas digitales.

ABSTRACT: *This degree project focuses on the formulation of a social media plan and marketing strategies for the company Piel & Diseño, located in Pasto, in the year 2023. The main objective is to develop a strategic approach for social networks, focusing in identifying the Buyer persona and implementing effective marketing strategies.*

The method used in the research was probabilistic with a quantitative methodology that helped SKIN & DESIGN, choose an idea, to transform several questions into a convenience investigation in the type of sampling selected. Therefore, polychotomous qualitative variables were determined, taking into account that we sought to: know several characteristics related to the strengthening of brand identity, for which the first step consisted of research and analysis of the target market of Piel & Diseño. Through techniques such as surveys, interviews and data analysis, the Buyer persona was identified and profiled, that is, the company's ideal client. This allowed us to understand their needs, preferences and behaviors on social networks.

Based on the results obtained, a strategic and effective approach to social media was implemented, with the aim of seeking and enhancing the visibility of the company, strengthening interaction with the audience and maximizing the results obtained through these platforms. digital.

CONCLUSIONES: En primer lugar, el análisis detallado de diversas redes sociales ha revelado patrones de comportamiento, tendencias y preferencias de los usuarios, proporcionando una comprensión profunda de cómo las personas interactúan en línea, la identificación de estas dinámicas ha permitido reconocer la influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad digital y en la

formación de comunidades virtuales.

Por otro lado, la investigación ha destacado la evolución constante de las necesidades de contenido en el contexto de las redes sociales, los usuarios demandan no solo información relevante y actualizada, sino también experiencias enriquecedoras y contenido visualmente atractivo, adoptando estrategias innovadoras para destacar en el vasto paisaje digital.

En el proceso de desarrollar un buyer persona, se ha evidenciado la importancia estratégica de comprender a fondo a la audiencia objetivo, este ejercicio no solo se trata de crear perfiles ficticios, sino de sumergirse en las motivaciones, necesidades y comportamientos reales de los clientes potenciales, a lo largo de este estudio, se ha observado que el desarrollo de un buyer persona no solo es un ejercicio de marketing, sino una herramienta esencial para la toma de decisiones informadas en todas las áreas de la empresa.

La construcción de un buyer persona ha permitido una identificación más clara de los segmentos de mercado, facilitando una orientación más precisa de las estrategias de marketing y comunicación. Al entender las preocupaciones específicas, los desafíos y las aspiraciones de los clientes potenciales, las empresas están mejor equipadas para diseñar mensajes y campañas que resuenen auténticamente con su audiencia.

La creación de la parrilla de contenido ha permitido una distribución equilibrada y coherente de mensajes clave a lo largo del tiempo, la implementación de estrategias específicas, como la variación de formatos (texto, imágenes, videos), la frecuencia de publicación y la tematización, ha demostrado ser esencial para mantener el interés de la audiencia y lograr una presencia constante en los canales digitales.

Asimismo, la consideración de las características de la audiencia ha sido un componente esencial en la creación de la parrilla de contenido. La comprensión profunda de los intereses, preferencias y comportamientos de la audiencia ha permitido personalizar el contenido de manera efectiva, asegurando que cada publicación resuene con los destinatarios y genere un impacto significativo.

CONCLUSIONS: *First of all, the detailed analysis of various social networks has revealed patterns of behavior, trends and preferences of users, providing a deep understanding of how people interact online, the identification of these dynamics has allowed us to recognize the influence of social networks in the construction of digital identity and the formation of virtual communities.*

On the other hand, research has highlighted the constant evolution of content needs in the context of social networks, users demand not only relevant and

updated information, but also enriching experiences and visually attractive content, adopting innovative strategies to stand out in the vast digital landscape.

In the process of developing a buyer persona, the strategic importance of thoroughly understanding the target audience has become evident. This exercise is not only about creating fictitious profiles, but also about immersing yourself in the real motivations, needs and behaviors of potential customers. Throughout this study, it has been observed that the development of a buyer persona is not only a marketing exercise, but an essential tool for making informed decisions in all areas of the company.

The construction of a buyer persona has allowed a clearer identification of market segments, facilitating a more precise orientation of marketing and communication strategies. By understanding the specific concerns, challenges and aspirations of potential customers, businesses are better equipped to design messages and campaigns that authentically resonate with their audience.

The creation of the content grid has allowed a balanced and coherent distribution of key messages over time, the implementation of specific strategies, such as the variation of formats (text, images, videos), the frequency of publication and thematization, has proven to be essential to maintain audience interest and achieve a constant presence on digital channels.

Likewise, considering the characteristics of the audience has been an essential component in the creation of the content grid. Deep understanding of audience interests, preferences and behaviors has allowed content to be effectively personalized, ensuring that each post resonates with recipients and generates meaningful impact.

RECOMENDACIONES: Dada la importancia de la alineación estratégica entre las estrategias de contenido y los objetivos organizacionales, se recomienda implementar un sistema de seguimiento y evaluación continuo, esto implica establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos para cada objetivo, lo que permitirá una medición precisa del impacto de cada pieza de contenido en relación con las metas comerciales, asimismo, se sugiere la realización de revisiones periódicas para ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos y garantizar que el contenido siga siendo relevante y eficaz en el logro de los objetivos empresariales.

Con el objetivo de mantener el Buyer persona y seguir guiando este proceso, se recomienda realizar encuestas y análisis de la audiencia de forma regular, la obtención de retroalimentación directa de los usuarios sobre sus preferencias, intereses y expectativas permitirá ajustar de manera precisa el tono, el estilo y los temas del contenido, además, se sugiere la implementación de herramientas de

análisis de datos para monitorear el comportamiento en línea de la audiencia y adaptar dinámicamente la estrategia de contenido en función de los cambios en las tendencias y necesidades identificadas.

La adaptabilidad en la estrategia de contenido, se recomienda establecer un equipo ágil y multidisciplinario, este equipo debería estar compuesto por profesionales especializados en marketing, análisis de datos, y creatividad, además, se sugiere la implementación de reuniones regulares de revisión y planificación estratégica, donde el equipo pueda discutir las tendencias emergentes, los cambios en el mercado y las respuestas del público, esta estructura permitirá una toma de decisiones rápida y eficiente para ajustar la estrategia de contenido según sea necesario.

RECOMMENDATIONS: *Given the importance of strategic alignment between content strategies and organizational objectives, it is recommended to implement a continuous monitoring and evaluation system. This involves establishing specific key performance indicators (KPIs) for each objective, which will allow accurate measurement of the impact of each piece of content in relation to business goals, it is also suggested that periodic reviews be carried out to adjust strategies based on the results obtained and ensure that the content remains relevant and effective in achieving business objectives.*

In order to maintain the Buyer persona and continue to guide this process, it is recommended to conduct surveys and audience analysis on a regular basis, obtaining direct feedback from users about their preferences, interests and expectations will allow you to precisely adjust the tone, the style and themes of the content, in addition, the implementation of data analysis tools is suggested to monitor the online behavior of the audience and dynamically adapt the content strategy based on changes in trends and identified needs.

Adaptability in the content strategy, it is recommended to establish an agile and multidisciplinary team, this team should be composed of professionals specialized in marketing, data analysis, and creativity, in addition, the implementation of regular review and strategic planning meetings is suggested, where the team can discuss emerging trends, market changes and audience responses, this structure will allow for quick and efficient decision-making to adjust content strategy as necessary.