

**CURSO**

**Community Manager**

**UNIDAD 18**  
Social Media Plan I



# Análisis FODA, ecosistema digital y público objetivo

## ¿Qué es?

## Social Media Plan

Es una guía que te va a servir para ordenar y programar todas las acciones que vas a llevar a cabo en las redes sociales de tus clientes.

## Social Media Plan

El objetivo es que logres cumplir los objetivos que tenés a través de la comunicación online.

## ¿Qué no puede faltar en este plan?

- Presentación de la empresa
- Ecosistema digital
- Análisis FODA
- Público objetivo
- Análisis de la competencia

## ¿Qué no puede faltar en este plan?

- Objetivos cualitativos y cuantitativos: objetivos generales y por activo social.
- Grilla de publicación tipo.
- Herramientas de desarrollo y monitoreo.
- Presupuesto.

# FODA

# Análisis FODA

**Debilidades**  
1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_

**Amenazas**  
1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_

**Fortalezas**  
1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_

**Oportunidades**  
1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_



## Fortalezas: ¿En qué somos buenos?

- ¿En cuál de los activos sociales estamos más activos?
- ¿Dónde está más activa la comunidad?
- ¿Qué publicaciones son las de mejor rendimiento?
- ¿En qué nos destacamos frente a la competencia?

## Oportunidades: ¿Cómo podemos crecer y mejorar?

- ¿En cuál de los activos sociales estamos más activos?
- ¿Dónde está más activa la comunidad?
- ¿Qué publicaciones son las de mejor rendimiento?
- ¿En qué nos destacamos frente a la competencia?

## **Debilidades: ¿En qué estamos flojos?**

Son aquellos factores desfavorables frente a la competencia, recursos de lo que carecemos, habilidades que no poseemos, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

## **Amenazas: ¿Qué puede afectarnos negativamente?**

Son situaciones del entorno que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de nuestra empresa:

- Estrategias digitales que lleva adelante la competencia, situaciones que pudieran frenar el manejo de las redes.

# Ecosistema digital

## ¿Cómo está conformado?

Sitio web y activos sociales: medibles y monitoreables.

- ¿Seguidores por activo?
- ¿Cada cuánto se publica?
- ¿Se replican contenidos?



# Público objetivo

## Segmentación geográfica

Hace referencia al entorno y el espacio físico en el que se desenvuelve nuestro público objetivo.

Con ella, se toman en cuenta las siguientes variables:

- El país, estado, ciudad, región y clima en el que se encuentra nuestra audiencia.



## Segmentación demográfica

Nos permite conocer aspectos específicos de nuestra audiencia.

Las variables que toma en cuenta esta segmentación son:

- La edad, el género, estado civil, nivel educativo, profesión, nivel socioeconómico, vivienda, cultura y religión.

## Segmentación psicográfica

Analiza el comportamiento, las necesidades y preferencias de nuestra audiencia.

Sus variables son:

- La personalidad, estilo de vida, valores, actitudes e intereses.

## Segmentación psicográfica

Analiza el comportamiento, las necesidades y preferencias de nuestra audiencia.

Sus variables son:

- La personalidad, estilo de vida, valores, actitudes e intereses.

# Segmentación conductual

Esta segmentación muestra la conducta y patrones de consumo de los usuarios, si son fieles a nosotros, la frecuencia u ocasión de compra y los beneficios que buscan al elegir un producto, así es más sencillo orientar bien el producto o servicio.



¡Muchas gracias!