

INTELIAGENTES: IA para líderes atareados

Elementos de contexto para generar campañas de correo y publicaciones de marketing

Contenido

Clase magistral: Gestión de proyectos de contenido

Contenido

Resumen rápido

Siguientes pasos

Resumen

Gestión de proyectos de contenido

Gestión de Proyectos de contenido para varios servicios

Proceso cognitivo de la generación de ideas

Definir el propósito del proyecto

Desarrollar los proyectos de contenido

Estructura del contenido efectivo

Contenido efectivo en 5 pasos

Estructuración de contenido y estrategias de marketing

1. Objetivo de la campaña

¿Cuál es el propósito principal de la campaña? (Ej. aumentar las ventas, promocionar un evento, generar conocimiento de marca, fidelizar clientes, etc.)

¿Hay algún KPI o métrica específica que estés buscando optimizar? (Ej. tasa de apertura, tasa de conversión, interacción en redes sociales)



2. Audiencia objetivo

¿Quiénes son tus destinatarios? ¿Qué características tienen? (Ej. edad, género, ubicación, intereses, comportamientos de compra)

¿Tienes segmentos de audiencia? (Ej. nuevos clientes, clientes recurrentes, clientes potenciales)

¿Cuál es el tono o estilo preferido por tu audiencia? (Ej. formal, informal, profesional, jovial)

3. Propuesta de valor

¿Qué estás ofreciendo? (Ej. productos, servicios, contenido exclusivo, descuentos)

¿Qué hace que tu oferta sea única o atractiva para tu público objetivo?

¿Hay alguna ventaja o beneficio que te gustaría resaltar? (Ej. tiempo limitado, exclusivo, ahorro significativo)

4. Canales de distribución

¿En qué plataformas o canales se llevará a cabo la campaña? (Ej. correo electrónico, redes sociales, blog, sitio web)

¿Hay algún formato preferido? (Ej. imágenes, videos, texto largo, listas)

¿Cuál es la frecuencia de publicación o envío de correos? (Ej. semanal, mensual, única)

5. Competencia

¿Quiénes son tus competidores principales y cómo se posicionan en el mercado?

¿Qué tipo de campañas están realizando tus competidores que consideras exitosas?

6. Calendario de la campaña

¿Cuándo comienza y termina la campaña?

¿Hay eventos o fechas clave que deban tenerse en cuenta? (Ej. festividades, lanzamientos de productos, campañas anuales)



7. Ofertas o incentivos

¿Hay alguna promoción especial, descuento o incentivo para los destinatarios? (Ej. códigos de descuento, envío gratis, acceso anticipado a productos)

¿Hay limitaciones o restricciones asociadas con la oferta? (Ej. tiempo limitado, cantidades limitadas, solo para suscriptores)

8. Llamado a la acción (CTA)

¿Qué acción específica deseas que tome la audiencia? (Ej. comprar ahora, registrarse, descargar, compartir)

¿Cómo deseas presentar esta llamada a la acción? (Ej. un botón, un enlace en el correo o post)

9. Historia de la marca

¿Cuál es la misión, visión y valores de la marca?

¿Qué tono o imagen deseas transmitir en tus comunicaciones? (Ej. serio, divertido, innovador, confiable)

10. Resultados anteriores y lecciones aprendidas

¿Cuáles han sido los resultados de campañas anteriores? (Ej. tasa de apertura, conversión, interacción)

¿Qué aprendiste de esos resultados y cómo podemos mejorar o ajustar esta campaña?

NOTA: El contenido creado con IA puede ser inexacto o engañoso. Verifica siempre su exactitud.