



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE  
SANTA FE



# SEMINARIO MARKETING DIGITAL

## Clase 4

**Presentado por:**

Lic Matías Berlincourt

# TEMAS CLASE 4

- Plataformas digitales 2da parte: algoritmos y tendencias
- Marketing de contenidos



# Algoritmos

# ¿En qué se basa el algoritmo de Facebook?

- **Relación:** ¿Es una publicación de una persona, empresa, fuente de noticias o figura pública con la que el usuario interactúa con frecuencia? (es decir, mensajes, etiquetas, lo sigue, etc.).
- **Tipo de contenido:** ¿Qué tipo de medios hay en la publicación y con qué tipo de medios interactúa más el usuario? (es decir, video, foto, enlaces, etc.).
- **Popularidad:** ¿Cómo están reaccionando a la publicación los usuarios que ya la vieron? (En especial tus amigos) ¿La están compartiendo, comentando, ignorando o poniendo mil caritas enojadas?
- **Qué tan reciente es:** ¿Qué tan nueva es la publicación? Los posts más nuevos son colocados más arriba.

## Facebook Algorithm Ranking Signals in 2021



### Relationship

Who a user typically interacts with



### Content Type

The type of media in the post (e.g. video, link, image, etc.)



### Popularity

How many likes/engagements the post gets



### Recency

Newer posts are shown first

# ¿En qué se basa el algoritmo de Instagram?

- ✓ +interacciones, -likes.
- ✓ Los primeros 15 minutos son clave.
- ✓ Hashtags precisos.
- ✓ Versatilidad en los contenidos.
- ✓ No hay un "tipo de contenido" predilecto: depende de cada usuario.



Interfaz de sección explorar de Instagram

# Ejemplo del funcionamiento del algoritmo



# ¿En qué se basa el algoritmo de **Tik Tok**?

- ✓ Intereses indicados.
- ✓ Búsquedas realizadas.
- ✓ Visualizaciones (mayor %).
- ✓ Comentarios y contenidos compartidos.
- ✓ Hashtags, perfil del usuario, idioma y ubicación.



# Ejemplo del funcionamiento del algoritmo

## The TikTok algorithm

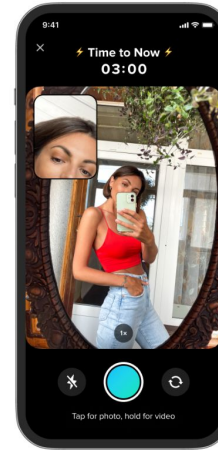
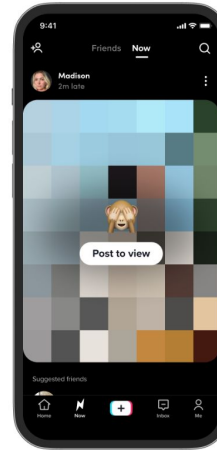
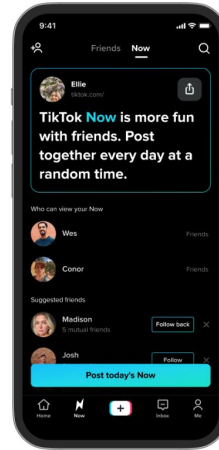
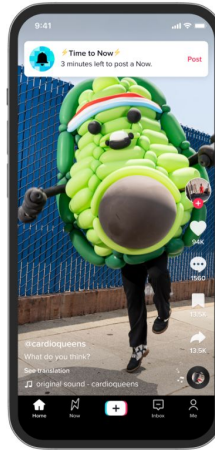


El denominador común en la mayoría de los algoritmos de redes sociales es la interacción temprana. Lo mismo pasa con linkedin y X

# Tendencias

# 1) El contenido creado por el usuario es el protagonista

"El contenido creado por el usuario (UGC, por sus siglas en inglés) sigue siendo un formato exitoso, sobre todo en plataformas como TikTok e Instagram, donde la variedad de contenidos continúa a la orden del día y el ingenio es una de las claves más importantes para el éxito."  
<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



## 2 ) Tik Tok mantiene su auge

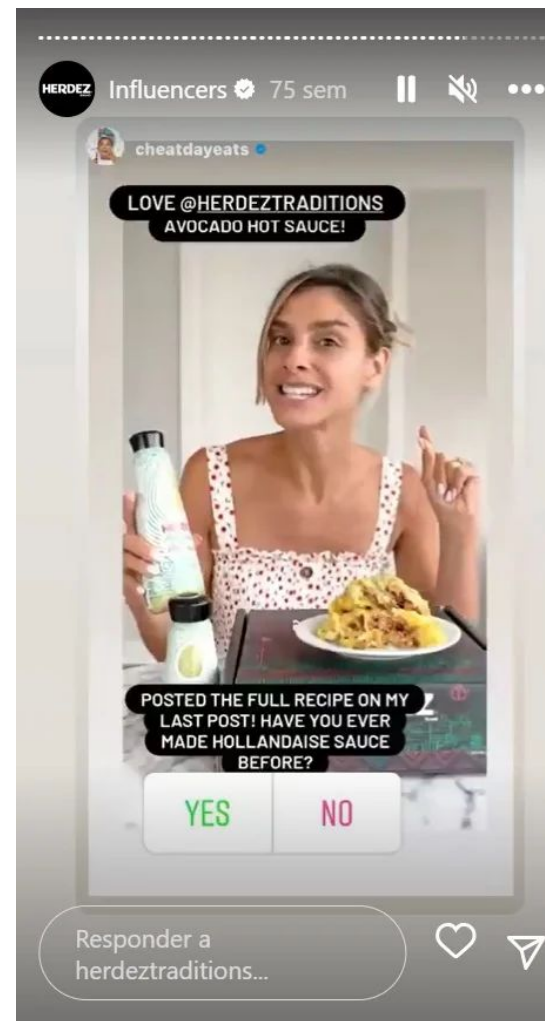
No es una sorpresa que redes sociales como Instagram, Facebook e incluso Twitter hayan dado mayor prioridad a su contenido de video. Y es que TikTok ha revolucionado el tipo de contenido que los usuarios desean ver: información inmediata, innovadora y en el menor tiempo posible.



### 3 ) Los influencers tendrán mayor autoridad

"De una forma más específica, en 2024 estaremos viendo cómo los microinfluencers tendrán mayor control de las redes sociales. Los influencers que se encuentran en el rango de los 10.000 a 100.000 seguidores ofrecen la mejor combinación de engagement y amplia influencia. Esto se debe a que su contenido aún se percibe entre la audiencia como algo honesto y orgánico."

<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



## 4) El contenido de video es el rey y el formato corto el preferido

Las marcas tienen dos caminos: uno es crear contenido original relacionado con la promoción directa de sus productos, o bien, otro de los caminos es que pueden unirse a las tendencias del momento que hay en los videos de entretenimiento, si su tipo de oferta lo permite. Para realizar este último tienen que estar muy al pendiente de cuáles son los temas y audios de moda entre los usuarios de su público objetivo; por ejemplo, lo pueden difundir en la plataforma de TikTok.



nike y nikewomen

Audio original



nike ✓ Here's to everything that moves you, and anything that matches your mood.

To power lifting and power naps.  
To quiet minds and pounding hearts.  
To pushing yourself further and slowing yourself down.  
To the act of choosing and the freedom of being.

Here's to that big, beautiful mess of movement and mindfulness that simply makes you feel good.

Tell us what makes you #FeelYourAll in the comments.

6 días Ver traducción



nikechicago ✓ 2023 is about loving the body we're in 🍷

5 días 51 Me gusta Responder Ver traducción



130.720 Me gusta

HACE 6 DÍAS

## 5) Las redes sociales se convierten en motores de búsqueda

"Las redes sociales se posicionan como nuevos motores de búsqueda, con un aumento en las búsquedas en estas plataformas. La optimización del SEO en redes sociales se vuelve crucial para las marcas que buscan aparecer en los primeros resultados. Esta tendencia señala un cambio significativo en la forma en que las redes sociales están influyendo en las búsquedas en línea y en la visibilidad de las marcas. El año 2024 se presenta como un precursor de lo que puede convertirse en una transformación inevitable: las redes sociales evolucionando hacia motores de búsqueda adicionales."  
<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>

### T Trabajos manuales

5 d · 🌐



¡Nuestro curso de cultivo de suculentas te enseñará todo lo que necesitas saber para cuidar de tus hermosas y coloridas plantas suculentas!

En este curso, abarcaremos los siguientes temas:

- 🌱 Conocimientos básicos sobre las suculentas.
- 🌱 Cuidados esenciales para mantener a tus suculentas saludables.
- 🌱 Cómo seleccionar y organizar tu colección de suculentas.
- 🌱 Ideas creativas y proyectos con suculentas.
- 🌱 Diferentes variedades de suculentas y sus características únicas.

Además, hay mucho más contenido incluido en nuestro curso. ¡Haz clic aquí para obtener más información y comenzar a aprender sobre el cultivo de suculentas hoy mismo!



## 6) Más comercio directo en redes sociales y mayor seguridad

"Las marcas buscan cautivar a los consumidores a través de las redes sociales no solo como un medio de presentación, sino también como un canal de ventas directas y esta es una tendencia que en 2024 se verá con mayor solidez. Estas plataformas se han convertido en un escaparate para productos, por lo que las marcas deberán enfocarse en la creación de experiencias fluidas, acompañadas de contenido informativo como reseñas y evaluaciones. Hace varios años se decía que las redes sociales no eran para vender, sino para interactuar; pero hoy es una realidad que además de la interacción con una amplia comunidad, hay un gran espacio y oportunidad para la venta"  
<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



The image shows a screenshot of an Instagram post from the account 'urbanic\_mexico'. The post features a collection of colorful, sequined dresses hanging on hangers. Overlaid on the image is the text 'URBANIC' at the top, 'HASTA 50% DE DTO' in large white letters in the center, and '¡OFERTAS PARATÍ!' at the bottom. A green 'Comprar' button with a right-pointing arrow is visible at the bottom of the post. The Instagram interface includes the logo, a plus sign, a heart icon, and a message icon with a red notification bubble containing the number '2'. The account name 'urbanic\_mexico' and the word 'Publicidad' are also visible.

## 7) Aplicaciones de mensajería y chatbot

En 2024 habrá un aumento en la adopción de aplicaciones de mensajería y chatbots, ya que el 50 % de los consumidores señalan que una respuesta oportuna influye en su decisión de compra, de ahí que los negocios se centrarán en brindar una atención al cliente las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a través de canales de comunicación eficientes.

Los chatbots basados en inteligencia artificial permiten interacciones en tiempo real, mejorando la experiencia del cliente. Incorporar chatbots en redes sociales es una tendencia innovadora que está transformando la interacción usuario-plataforma.



## 8) Soporte al cliente desde redes sociales

"Las organizaciones están aprovechando las redes sociales como un canal principal para brindar soporte al cliente, adaptándose al creciente número de consumidores que utilizan estas plataformas para consultas."

<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



## 9) Impulso de las herramientas de escucha

"El interés de las marcas por comprender las necesidades de los consumidores se refleja en el uso de herramientas de escucha social. Estas proporcionan análisis de sentimiento, seguimiento de impresiones y menciones, permitiendo a las marcas gestionar su reputación en tiempo real y mejorar estrategias de marketing y soporte al cliente."

<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



# 10) Reels de Instagram

"Los Reels de Instagram mantienen su reinado como uno de los formatos más vistos en la plataforma y en 2024 se mantendrá esta tendencia. En la actualidad, los Reels se han convertido en uno de los formatos más consumidos en la plataforma, ocupando el 20 % del tiempo que los usuarios pasan en esta red. La introducción de los Reels ha sido una evolución positiva para Instagram, ya que este formato permite la creación y visualización de videos cortos y creativos, y ha ganado una significativa participación de la audiencia. Su popularidad seguirá en aumento en 2024, consolidándolos como una de las tendencias más predominantes en el ámbito de las redes sociales."  
<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>

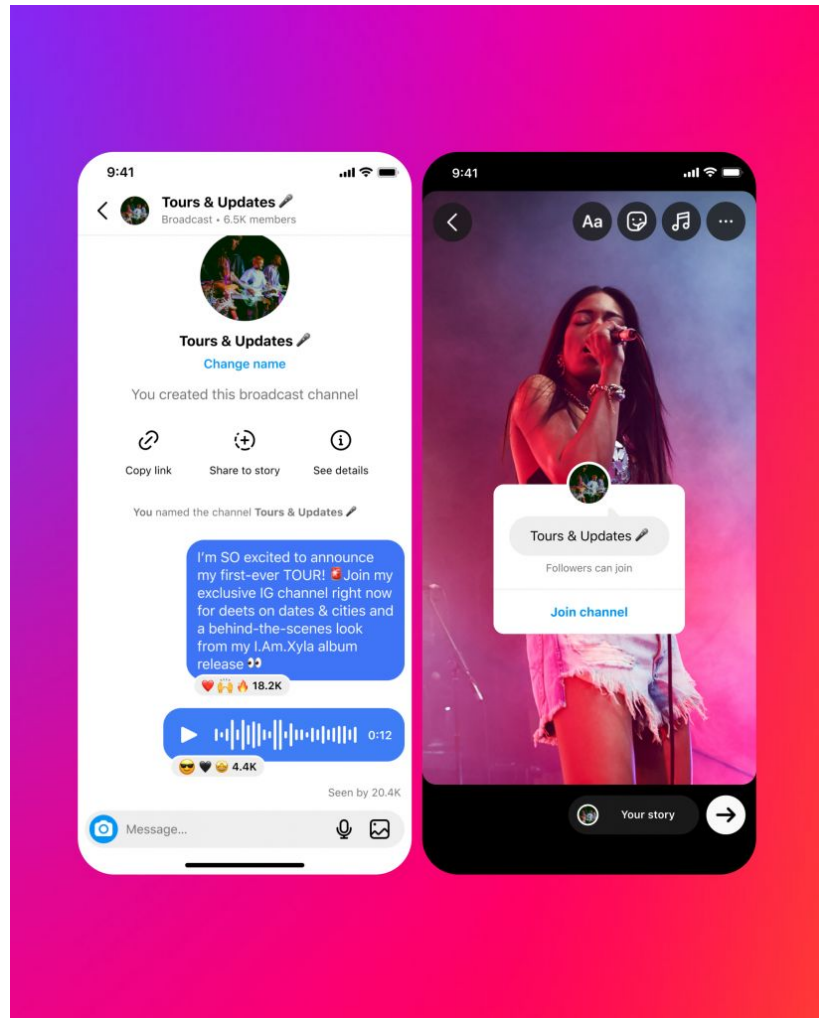


# 11) Canales de difusión de Instagram

Los canales de difusión en Instagram ofrecen una experiencia unidireccional para creadores con alto número de seguidores. Esta tendencia está dirigida a influencers y creadores que buscan compartir contenido de manera más exclusiva.

«Si te unes a un canal de difusión, puedes leer los mensajes, reaccionar a ellos y votar en las encuestas que envían los creadores. Si un creador al que sigues inicia una difusión y envía el primer mensaje, recibirás una notificación», destaca Meta.

Estos espacios representan una evolución en la dinámica de interacción dentro de la plataforma, ya que se han destinado para usuarios con un alto número de seguidores, quienes pueden establecer un modelo de comunicación donde solo el creador y aquellos a quienes otorga permiso pueden compartir conteni



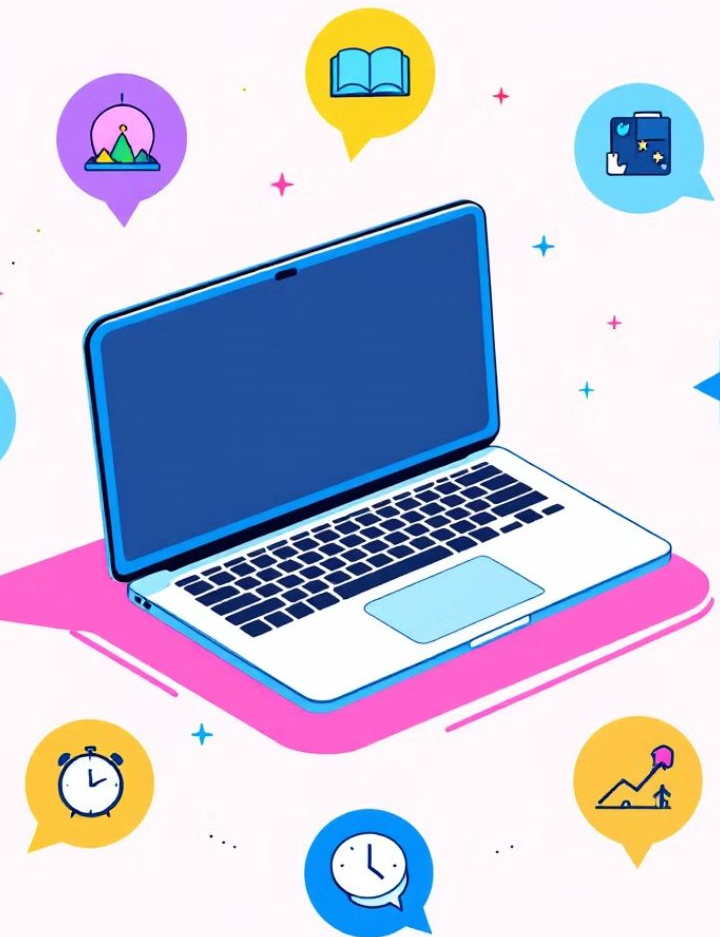
## 12) Valor a la autenticidad y la calidad

"Esta tendencia es de esos factores que año con año se posiciona como un aspecto crucial al que hay que poner atención y en 2024 no es la excepción. En un entorno saturado de mensajes, la autenticidad, originalidad y calidad siguen siendo fundamentales. Los usuarios valoran experiencias humanas y esfuerzos creativos genuinos, así que las marcas deberán apostar por una comunicación auténtica, creativa e ingeniosa que conecte a niveles emocionales con su audiencia."

<https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>



# Marketing de contenidos



# Incorporando el Marketing de Contenidos en la Planificación Estratégica

El marketing de contenidos es una estrategia fundamental en la planificación estratégica de las empresas modernas. Este enfoque se centra en crear y distribuir contenido valioso para atraer y retener a una audiencia específica, con el objetivo final de impulsar acciones rentables por parte de los clientes. A diferencia de las campañas puntuales, el marketing de contenidos busca establecer una relación a largo plazo con los consumidores, posicionando a la marca como una fuente confiable de información y valor.

# Qué es el Marketing de Contenidos

## Definición

El marketing de contenidos es una estrategia centrada en la creación y distribución de contenido valioso, relevante y coherente para atraer y retener una audiencia claramente definida, con el objetivo de impulsar una acción rentable del cliente.

## Enfoque a largo plazo

A diferencia de las campañas puntuales, el marketing de contenidos busca generar confianza y autoridad en la mente de los consumidores, posicionándose a la marca como una fuente de valor continuo.



# Objetivos del Marketing de Contenidos

1

## Educación

Crear contenido que enseñe a la audiencia sobre un tema relevante (ej. guías, tutoriales, posts de blog).

2

## Entretenimiento

Generar piezas que sean entretenidas, pero que también se conecten con los valores de la marca.

3

## Inspiración

Historias de éxito, testimonios o ejemplos que inspiraron a la audiencia y los motivos a involucrarse más con la marca.

4

## Conversión

Finalmente, cada pieza debe estar diseñada con un llamado a la acción clara que guía a la audiencia a la conversión (compra, suscripción, etc.).



# La Relación entre Marketing de Contenidos y Estrategia de Marca

## Alineación con la marca

Plasmar el concepto creativo en cada pieza de contenido : Cada pieza de contenido debe alinearse no solo con los objetivos comerciales, sino también con la personalidad y el mensaje central de la marca.

## Ejemplo práctico

Nike "Just Do It" (aquí puedes conectar este punto con el ejemplo ya desarrollado). La campaña de Nike es una perfecta manifestación de marketing de contenidos, porque cada pieza —desde posts en redes hasta videos— no solo busca vender productos, sino crear una conexión emocional y ofrecer contenido inspirador.



# Ciclo del Marketing de Contenidos

1

## Creación

Generar contenido original que resuene con los intereses de la audiencia (artículos, videos, infografías, podcasts).

2

## Distribución

Definir los canales y formatos más adecuados para llegar a la audiencia. Esto puede incluir redes sociales, blogs, newsletters o colaboraciones con influencers.

3

## Interacción

Fomentar la participación de la audiencia a través de comentarios, compartir o realizar encuestas, y ajustando el contenido según sus respuestas.

4

## Análisis

Medir el impacto de las publicaciones y ajustar la estrategia según métricas clave como alcance, engagement y conversiones.

# Cómo el Marketing de Contenidos Apoya la Estrategia de Marketing Digital



## Posicionamiento orgánico

El contenido valioso y consistente ayuda a mejorar el SEO, lo que permite a las marcas posicionarse mejor en los motores de búsqueda.



## Fidelización

Publicar contenido que resuene con la audiencia mantiene a los usuarios comprometidos y facilita su fidelización a largo plazo.



## Generación de leads

A través de contenidos educativos y de alto valor, se pueden atraer clientes potenciales que luego se convierten en leads y, eventualmente, en clientes.



# Ejemplo práctico aplicado al Marketing de Contenidos: Blog de HubSpot

1

Estrategia de contenidos

HubSpot utiliza el marketing de contenidos de manera magistral al ofrecer guías, artículos y herramientas que educan a su audiencia sobre marketing, ventas y servicio al cliente. Aunque cada pieza es gratuita, está diseñada para atraer potenciales clientes interesados en sus productos de software.

2

Contenido diverso

Blog con guías prácticas, ebooks y webinars gratuitos.

3

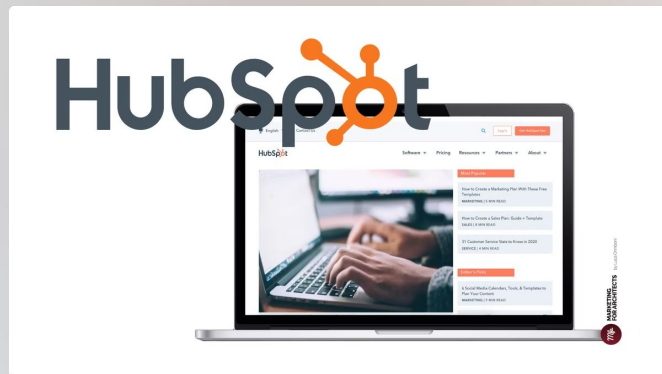
Generación de leads

Uso de contenido de valor como herramienta para generar leads mediante formularios de contacto y suscripciones.

4

SEO

Posicionamiento SEO que atrae tráfico orgánico constante a su sitio web.





## Conclusión: El Poder del Marketing de Contenidos

### Estrategia integral

El marketing de contenidos es una estrategia poderosa que, cuando se integra adecuadamente en la planificación estratégica, puede impulsar significativamente el éxito de una marca.

### Valor a largo plazo

Al proporcionar contenido valioso y relevante de manera consistente, las empresas pueden construir relaciones duraderas con su audiencia, mejorando la fidelización y aumentando las conversiones.

### Adaptabilidad

La flexibilidad del marketing de contenidos permite a las marcas adaptarse a las cambiantes necesidades y preferencias de su audiencia, manteniendo su relevancia en un mercado en constante evolución.



# Concepto Creativo de HubSpot

## **Empoderamiento a través de la educación**

El concepto creativo de HubSpot se centra en "Empoderar a los usuarios a través de la educación para hacer crecer sus negocios de manera sostenible." HubSpot no se presenta solo como una plataforma de software, sino como un socio estratégico que empodera a sus usuarios

mediante el conocimiento.

## **Filosofía Inbound**

HubSpot se basa en atraer a los clientes ofreciendo contenido útil, educativo y relevante, sin ser invasivos. El contenido es el medio a través del cual las personas encuentran a HubSpot, resuelven problemas y, finalmente, se convierten en usuarios de la plataforma.

## **Socio estratégico**

HubSpot se posiciona como un aliado que ayuda a implementar mejores estrategias de marketing, ventas y atención al cliente, proporcionando las herramientas y el conocimiento necesarios para el crecimiento empresarial.

# Idea Creativa de HubSpot

1

## **Educar primero, vender después**

La idea creativa de HubSpot se basa en "Educar primero, vender después". Los contenidos se diseñan como recursos valiosos: blogs, guías, webinars y cursos están pensados para resolver problemas específicos de su audiencia, ayudando a marketers, equipos de ventas y de atención al cliente a mejorar sus estrategias.

2

## **Propuesta educativa**

En lugar de centrarse solo en los productos que venden, la idea creativa detrás de su marketing de contenidos es posicionarse como líderes de opinión y una fuente confiable de información valiosa para la comunidad empresarial.

3

## **Llamado a la acción sutil**

Después de consumir una pieza de contenido (un artículo, un video, un ebook), el lector encuentra un llamado a la acción sutil que lo invita a descargar una guía más avanzada o inscribirse en un webinar. Para obtener estos recursos, el usuario entrega su correo electrónico, y así, HubSpot genera leads sin presionar la venta.

# Ejemplos de Contenido de HubSpot

1

## Blog y artículos

Cada artículo está pensado para resolver una duda puntual o problema que su audiencia pueda tener, como "Cómo crear una estrategia de email marketing" o "Técnicas avanzadas de SEO". El contenido educativo es el anzuelo, y a partir de ahí, se introduce la solución que HubSpot puede ofrecer.

3

## Academy HubSpot

Una plataforma educativa donde la audiencia puede aprender sobre marketing digital, ventas y atención al cliente. Ofrecen cursos completos con certificación, que refuerzan su rol de líderes en educación empresarial y, al mismo tiempo, acercan a los usuarios a la utilización de su software.

2

## Ebooks y guías descargables

Estas son piezas más profundas y detalladas que requieren una acción por parte del usuario (como dejar su correo electrónico), pero son completamente gratuitas. Ayudan a educar, mientras construyen una base de datos de leads cualificados.

4

## Webinars

Además de educar, los webinars sirven para crear una interacción más cercana con la audiencia. HubSpot crea contenido de valor en tiempo real, respondiendo preguntas y mostrando a los asistentes cómo aplicar las mejores prácticas. Al final del webinar, suelen hacer una demo en vivo de su software, relacionando el contenido con su solución.

# Conclusión de la Estrategia de HubSpot

## **Conocimiento como empoderamiento**

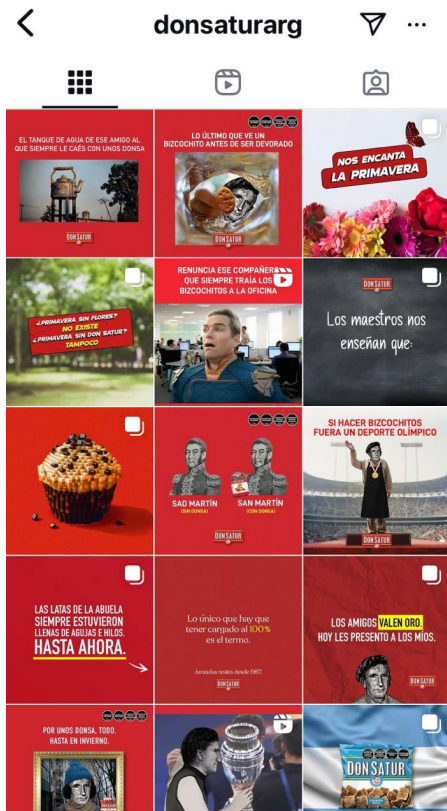
El concepto central de HubSpot es que el conocimiento empodera y su idea creativa consiste en ofrecer ese conocimiento a través de un marketing de contenidos valioso que crea confianza, genera leads y construye una relación a largo plazo con los usuarios.

## **Ayudar primero, vender después**

La premisa es que si ayudas primero, las ventas vendrán después, y todo su contenido está diseñado para alinearse con esta filosofía.

## **Posicionamiento clave**

Este enfoque ha sido clave para posicionarlos como una empresa de referencia en el ámbito del marketing digital y las ventas.



<https://www.instagram.com/donsaturarg/>

# Concepto Creativo de Don Satur en Instagram

## El clásico argentino que nunca falla

"Don Satur: El clásico argentino que nunca falla, siempre con humor" es el concepto creativo central. Don Satur se presenta como una marca cercana, popular y parte esencial de la cultura argentina, destacando por su producto clásico, los bizcochos.

## Enfoque en la cotidianidad

Su enfoque es transmitir la cotidianidad del consumidor argentino, usando el humor como eje principal para conectar emocionalmente con el público.

## Parte de la mesa argentina

A través de un tono relajado y divertido, buscan reforzar la idea de que los bizcochos Don Satur están presentes en los momentos simples y tradicionales, como una tarde de mate o una merienda en familia.

# Idea Creativa de Don

## Satur

1

### **Lo cotidiano con humor argentino**

"Lo cotidiano y lo tradicional con un toque de humor argentino" es la idea creativa central. Se basa en el uso de situaciones diarias y cotidianas que todos los argentinos pueden reconocer, como compartir un mate o un desayuno, pero agregándoles un giro humorístico.

2

### **Autenticidad y cercanía**

El objetivo es que la marca sea percibida como auténtica y cercana, uniendo a los argentinos a través de momentos simples y divertidos.

3

### **Lenguaje coloquial**

El uso de un lenguaje coloquial, casi siempre informal y con modismos argentinos, refuerza la cercanía de la marca y conecta emocionalmente con los seguidores, que ven en Don Satur una marca que "habla su idioma". A esto se suma el uso de memes y juegos de palabras.

# Ejemplos de Contenido de Don Satur en Instagram

## 1 Memes y contenido humorístico

Don Satur utiliza memes que hacen referencia a situaciones cotidianas argentinas, como "el mate entre amigos", "la merienda de la tarde", o "el picoteo" en medio de la jornada laboral. El enfoque humorístico resalta lo que ya es tradicional, haciendo que el público se sienta identificado de forma divertida.

## 3 Interacción con la audiencia

Don Satur no solo publica contenido humorístico, sino que también interactúa con sus seguidores, respondiendo de manera divertida a comentarios o usando encuestas y preguntas en las stories para generar conversación y engagement. Esta interacción ayuda a construir una comunidad alrededor del humor compartido.

## 2 Juegos de palabras y frases típicas argentinas

Don Satur incorpora frases graciosas y juegos de palabras con sus productos, creando un vínculo directo entre el lenguaje popular y la marca. Ejemplo: Frases como "No somos perfectos, pero con bizcochos todo es mejor" o "Mate sin Don Satur es como asado sin chimichurri" conectan el producto con la vida cotidiana de una manera que genera empatía.

## 4 Contenido estacional o de tendencia

Don Satur aprovecha momentos clave o temas de tendencia (como eventos deportivos o feriados nacionales) para insertar su producto en las conversaciones con un toque de humor.

# Adaptación a Tendencias y Conversaciones Actuales de Don Satur

1

## **Vigilancia de tendencias**

El equipo de marketing digital de Don Satur está constantemente atento al lenguaje de las redes sociales, las tendencias virales, los memes y los temas de actualidad. Esta vigilancia les permite generar contenido en sintonía con las conversaciones del momento, logrando que la marca se mantenga relevante y conectada con su audiencia.

2

## **Rápida adaptación a lo viral**

Don Satur no solo se limita a producir contenido humorístico planificado, sino que también tiene la capacidad de adaptarse a las tendencias y memes virales que circulan en redes sociales. Esto les permite capitalizar conversaciones populares y hacer que la marca sea parte de ellas.

3

## **Uso del lenguaje contemporáneo**

El equipo está pendiente de cómo evoluciona el lenguaje en las redes sociales, desde modismos y expresiones coloquiales hasta emojis y GIFs, utilizando estos elementos para hacer que las publicaciones se sientan frescas y actuales.

4

## **Participación en temas de actualidad**

Don Satur también sabe aprovechar eventos o situaciones relevantes, ya sean de índole cultural, deportiva o social, para integrar su producto en el contexto. Esto crea la sensación de que la marca no está desconectada de lo que pasa en la vida de su consumidor, sino que es parte activa de las conversaciones.

# Conclusión de la Estrategia de Don Satur

## **Producto esencial de la vida diaria**

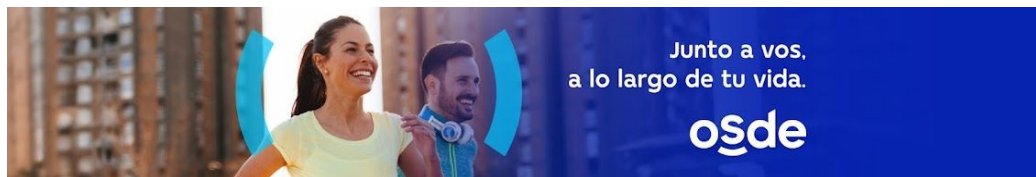
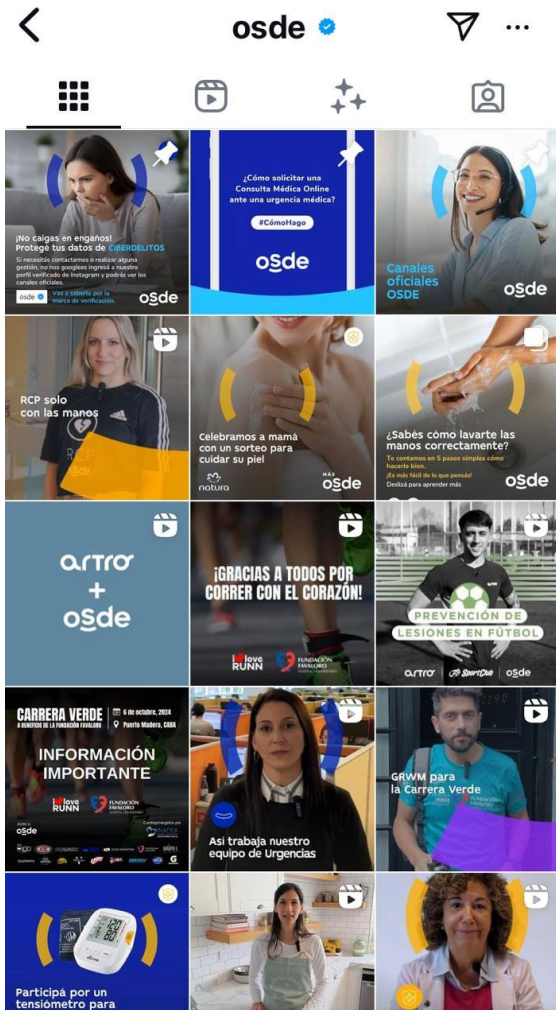
El concepto de Don Satur gira en torno a ser un producto esencial de la vida diaria argentina, especialmente en esos momentos de compartir en familia o con amigos, y lo hace de una manera accesible y divertida.

## **Humor y cercanía**

La idea creativa detrás de su contenido en Instagram se basa en el humor, los memes y el lenguaje cotidiano, que permiten a la marca construir una relación auténtica y cercana con su audiencia.

## **Marca que entiende al consumidor**

Este enfoque de humor no solo posiciona a Don Satur como una marca tradicional, sino como una marca que entiende a su consumidor, habla su mismo idioma y comparte con él los mismos momentos cotidianos.



<https://www.instagram.com/osde/>

# Concepto Creativo de OSDE en Instagram

## **Prioridad en el cuidado**

"Cuidarte es nuestra prioridad, porque tu bienestar es lo más importante" es el concepto creativo central de OSDE. Como una de las principales empresas de servicios de salud en Argentina, se posiciona como una marca que acompaña a sus afiliados en todas las etapas de su vida, asegurando bienestar y tranquilidad en cada aspecto de su salud.

## **Enfoque en la calidad de vida**

El concepto que manejan está vinculado al cuidado integral de la salud, donde no solo se trata de asistencia médica, sino también de bienestar físico y emocional. OSDE se presenta como un aliado que se preocupa tanto por la prevención como por el tratamiento.

## **Acompañamiento continuo**

OSDE se posiciona como una marca que está presente en cada etapa de la vida de sus afiliados, ofreciendo apoyo y servicios adaptados a las diferentes necesidades que surgen a lo largo del tiempo.

# Idea Creativa de OSDE

1

## **Tu salud, en cada momento**

"Tu salud, en cada momento" es la idea creativa central de OSDE. Se basa en la promoción de un enfoque holístico del bienestar, con contenido que abarca desde la prevención de enfermedades y hábitos saludables, hasta la promoción del equilibrio emocional y la vida en comunidad.

2

## **Proveedor de información valiosa**

Su comunicación en Instagram muestra a OSDE como un proveedor de información valiosa que ayuda a las personas a tomar decisiones informadas sobre su salud.

3

## **Mensajes positivos y cercanos**

OSDE utiliza un tono de comunicación claro, empático y positivo. La idea creativa se refleja en mensajes que no solo buscan educar sobre salud, sino también acompañar y motivar a sus seguidores a cuidar su bienestar de forma preventiva.

# Ejemplos de Contenido de OSDE en Instagram (Parte 1)

1

## **Consejos de prevención y salud**

OSDE publica contenido relacionado con la prevención de enfermedades, tips para mantener una vida saludable y prácticas recomendadas en distintos momentos del año (por ejemplo, cuidado durante la temporada de gripes o recomendaciones de actividad física). Cada pieza de contenido está diseñada para ser educativa, fácil de consumir y aplicable a la vida diaria.

2

## **Promoción del bienestar emocional**

A través de publicaciones que refuerzan la importancia de la salud mental, OSDE impulsa la conversación sobre el autocuidado emocional. Frases motivacionales y consejos prácticos para lidiar con el estrés, la ansiedad o el bienestar emocional son recurrentes en su feed.

3

## **Historias de vida e impacto en la comunidad**

OSDE también utiliza testimonios de personas o casos de éxito donde los servicios de salud y bienestar ofrecidos por la empresa fueron esenciales. Esto genera un vínculo emocional, demostrando que detrás de cada número de afiliado hay una persona con una historia y una vida que OSDE ayuda a cuidar.

# Ejemplos de Contenido de OSDE en Instagram (Parte 2)

1

## Contenido estacional y de campañas de salud

OSDE está alineada con fechas clave de la salud global, como el Día Mundial de la Salud, el Día del Corazón, y realiza publicaciones centradas en concientización sobre temas específicos (prevención de cáncer, control del colesterol, etc.).

2

## Interacción con la comunidad

OSDE fomenta la participación de sus seguidores en actividades saludables a través de desafíos o encuestas en stories. Esto no solo aumenta el engagement, sino que refuerza la idea de que la salud es un camino que se construye con hábitos positivos.



# Conclusión de la Estrategia de OSDE

## **Salud integral**

El concepto de OSDE se basa en la idea de que la salud es integral, abarcando tanto el bienestar físico como el emocional.

## **Contenido educativo y motivacional**

Su idea creativa se manifiesta a través de contenido educativo, motivacional y empático, que posiciona a la marca como un aliado de confianza para mejorar la calidad de vida de sus afiliados.

## **Acompañamiento continuo**

La marca no solo informa, sino que motiva y acompaña a las personas en su día a día, demostrando que la salud es algo que se cuida continuamente.

# ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

os invito a realizar una actividad práctica que consistirá en un análisis detallado del concepto, la idea creativa y la estrategia de marketing de contenidos de la marca Vans Argentina en Instagram. Pueden acceder al perfil a través de este enlace: Vans Argentina Instagram.

<https://www.instagram.com/vansargentina/>

