

¿Cómo llegamos a nuestra meta?

Estrategias para Cooperativas

DÍA 3 – Estrategia de contenidos

Parte III del curso: Construcción de sistemas de marketing que generan resultados de ventas



Esta semana:

- Comprende a tu mercado objetivo a través de los **Buyer Personas.**
- Define cómo te **posicionarás** en la mente de tu comprador.
- **Crea una estrategia de contenidos. (¡¡HOY!!)**
- Documentación de **procesos de ventas.**
- Evaluación de **certificación.**

DÍA 3:

Creando una *Estrategia de Contenidos*

¿Dónde preferirías invertir?

MEDIOS TRADICIONALES



TV, Radio, Periódico, Activaciones o BTL

MEDIOS DIGITALES



Redes sociales, buscadores, aplicaciones, RV, RA, IoT, etc.

¿Por qué?

¿Cuál es más barato?

¿Cuál es generará más ventas?

¿Dónde puedes encontrar
más compradores potenciales?

¿A quién te estás dirigiendo?

¿Por qué?

¿Cuál es generará más ventas?

I: VENTAS TOTALES

R: Gerente, Marketing, Ventas

I: Indicador

R: Responsable

¿Dónde puedes encontrar
más compradores potenciales?

I: REPORTES DE COMPRADORES TRIMESTRAL

R: Inteligencia comercial, finanzas, marketing, ventas

¿A quién te estás dirigiendo?

INDICADOR: BUYER PERSONA

R: Marketing, ventas

¿Por qué?

¿Para qué?

¿Para qué?

¿Para **alcanzar mis objetivos del trimestre?**

¿Para **fidelizar a mis clientes actuales?**

¿Para **impulsar las recomendaciones de mi cooperativa?**

¿Para **posicionar tu cooperativa como líder de [??]?**

Cambiamos de óptica

¿Para qué?

¿**Cómo** alcanzo mis objetivos del trimestre?

¿**Cómo** fidelizo a mis clientes actuales?

¿**Cómo** impulso las recomendaciones de mi cooperativa?

¿**Cómo** posiciono mi cooperativa como líder de [*inserte tipo de posicionamiento*]?

¿Qué es Contenido?

Es la información y experiencias creadas para ser consumidas por una audiencia. En marketing, se refiere a la información que las empresas proporcionan para educar, informar o entretener a su público objetivo. Puede tomar diversas formas como texto, imágenes, audio, video, entre otros. Su objetivo es atraer y retener a los clientes, construyendo relaciones sólidas con ellos



¿Qué es una estrategia?

Una estrategia es un plan de alto nivel **diseñado para alcanzar uno o más objetivos a largo plazo bajo condiciones de incertidumbre**. En el contexto de los negocios, una estrategia es el marco general que guía las decisiones de una organización para lograr sus metas y objetivos. Incluye la elección de las actividades a realizar, la asignación de recursos y la gestión de los desafíos y oportunidades en el entorno empresarial.

Qué es una estrategia de contenidos

Una estrategia de contenidos es un subconjunto de la estrategia general de una organización que se centra en la planificación, creación, entrega y gestión del contenido. Esta estrategia guía la creación de contenido útil y relevante para el público objetivo de la organización, con el fin de atraer, informar, entretener y, en última instancia, convertir a ese público en clientes.

Qué es una estrategia de marketing contenidos

La estrategia de marketing de contenidos es una estrategia que **utiliza el contenido para atraer y retener a una audiencia**, con el objetivo final de impulsar una acción del cliente rentable. A diferencia de la estrategia de contenidos, que se centra en la planificación y gestión del contenido en general, la estrategia de marketing de contenidos **se centra específicamente en el uso del contenido como una herramienta de marketing**. Esto puede incluir tácticas como el SEO, el marketing en redes sociales, el email marketing y más

Hoy crearemos nuestra primera Estrategia de Contenidos Con el apoyo de IA

Ahora es tu turno de crear tu estrategia

¡Muchas Gracias!

Visita nuestras redes sociales



Coop Business School



@ncbaclusa.cbs



Coop Business School

Y nuestra plataforma

cbs.coop

o

businessschool.coop