

# ¿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**