

# ***Pasos para Crear tu Calendario Editorial en Social Media Marketing***



*Actualizado: septiembre de 2019*

## ¿Qué es un Calendario Editorial para social media?

Es una ruta o un mapa, es el GPS de tu estrategia de contenidos, el cual se diseñará con el fin de organizar todas las tareas y actividades laborales del día a día.

El calendario editorial te ayudará a tener una visión panorámica de lo que has estado publicando, de esta manera no caes en publicar temas o ideas iguales.

Es por ello que a continuación te daré los pasos que me han servido para lograr optimizar mi tiempo, concentrar mi creatividad en los objetivos tanto del cliente como de los usuarios y lograr sinergia con el equipo que necesito compenetrar.

1. Tener clara la **relación de destino anidada**, es decir, cómo se interconectan cada uno de los objetivos que involucran al cliente, marca, branding humano con quien estás trabajando.



**2. Examinar:**

- a. Las Redes Sociales de la competencia vs tu marca
- b. Perfil, nombre de usuario y descripción
- c. Palabras claves / hashtag
- d. El contenido, identificar el tipo de contenido y formato que se está usando
- e. Horario y frecuencia

¿Cómo lograr esta indagación? Yo lo soluciono con la herramienta METRICOOL

**3. Objetivos a lograr**, por qué quiero estar en redes, para qué quiero estar en redes o dentro del ecosistema digital. Recuerda que cada objetivo debe ser real y alcanzable.

- ✓ Ejemplo: Branding / reputación online
  - Crear una comunidad online sólida (yo la llamo mi tribu o familia digital)
  - Educar
  - Relaciones publicas 2.0 / Atención al cliente, resuelve dudas, conversa con tu comunidad
  - Dar a conocer nuestros productos o servicios
  - Conseguir tráfico para tu web

**4. ¿Para quién o para quiénes publicaremos?** Aquí debemos hacer referencia de tu público objetivo en redes, de tu buyer persona y de tu cliente actual. Según esto debes tener clara la segmentación, por lo que te recomiendo ir a las estadísticas que te arrojan las redes para visualizar y ver la proyección de la comunidad que está consumiendo tu contenido. Recuerda que hoy en día la segmentación se realiza por emociones y por intereses.

**5. Ideas, contenidos y creatividad:**

Enfócate y anota cada idea que te surja  
Lleva la idea a contexto  
Crea temas por días de semana

Clasifica el contenido:

- 100% Educativo, Informativo, divertido, que vaya más a las emociones
- 50% Educativo 50% comercial, combina promoción del producto o servicio e información de interés para la comunidad
- 100% comercial para la venta

Sé específico (a) en tu idea: Redacta el copy y el captión y realiza una descripción de cómo quieres o te imaginas el post con su foto, la stories, el video, etc.

Planifica los hashtags propios y de contexto según las palabras claves.

#### 6. **Formatos a seleccionar:**

Selecciona el formato que se adapte y guste a tu comunidad, entre ellos te puedo mencionar:

Video tutoriales

Tips – consejos

Casos de éxitos

Tendencias

Entrevistas

Podcats

Encuestas

Webinars

Citas o frases

Live o Directos

Ofertas, promociones, entre otros

## 7. ¿Cuándo y a qué hora realizar mis publicaciones?

Finalmente debes establecer los días que realizarás las publicaciones y las horas. Todo depende de la hora que más se conecta tu comunidad y los días que están más activos, eso lo determinas y lo identificas dentro de las mismas métricas que te ofrece cada red social.

Otras herramientas que te pueden ayudar para analizar este proceso

Metricool, Hootsuite, Social Mention, TweetDeek, entre otros

## 8. Mide tus resultados

Medir los resultados no es que tienes que estar pendiente de la cantidad de like, recuerda que te planteaste unos objetivos y sin medir, es muy difícil saber si nuestra estrategia de social media es buena, mala o regular.

Ahora, ¿cómo sé si se están cumpliendo? O dicho de otro modo ¿cómo puedo medir los objetivos en las redes sociales? Y es muy simple, a través de KPI's.

¿Qué son los KPI's?

Un KPI o *key performance indicator*, es un indicador de rendimiento de nuestra estrategia. El valor del KPI está relacionado de forma directa con el objetivo que se haya fijado previamente. Por lo tanto, los KPI's son los que nos van a "chivar" si las acciones desarrolladas progresan tal y como esperábamos o si, por el contrario, nuestra estrategia no está dando los frutos deseados. En el caso de las redes sociales se pueden establecer varios KPI's para un mismo objetivo como vamos a ver a continuación en la imagen como, por ejemplo: las interacciones, crecimiento de la comunidad y visibilidad en los medios sociales.

Se ma na	Dia	Tem a	Obje tivo	Red Social			Copy (Men saje)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido				Especificaciones contenido
				F B	T W	I N			Enlace	Texto	Image n	Video	
Se ma na	mié rco les 02/ 01/1 9	Acti tud + Moti vac ion	Con e ctar				100 % Acti tud	#alquilar #rentar #rent #autos #arrendado ra #panama #actitud					Comienza la semana agradeciendo a Dios, con la mejor actitud y por supuesto con nosotros. (imagen brandeada, grupo de chicos con alegría y buena actitud)
	mié rco les 02/ 01/1 9	Fras es rela cion ada s	Enga gem ent					#humorapri meravista #expressren tacar #alquilar #rentar #rent #autos #arrendado ra #panama					Ese momento incomodo cuando te das cuenta que cantas a todo pulmón y los demas conductores te miran... Pero no te importa nada porque disfrutas de un auto de Express rent a Car (piloto u copiloto con gesto de estar cantando)
Se ma na	juev es 03/ 01/1 9	Ser vici os	Bran ding				y... aquí viene	#alquilar #rentar #rent #autos #arrendado ra #panama #viajes #turismo #visitanos					Nuestro proximo conductor... y en Express ren a car estamos listos para recibirlo (gente mirando un avion pasar en el cielo)
	juev es 03/ 01/1 9	Pre gunt a	Conv ersa ción				Te busc amos ?						
	vier nes 04/ 01/1 9	Pro moc ión	Tráfi co a web				Kia Pica nto Lleva lo por sólo \$ 25 lunes a Juev es						
	vier nes 04/ 01/1 9	Iden tidad	Bran ding				Sucu rsal						

	sábado 05/ 01/19	Fras es rela cion ada s	Educ ación vial			Mant énte atent o a las señal es de tráns ito						