



**nexstep**  
social media management

Caracas, 10 de junio de 2014,

Atte: Miguel Ríos

Alimentos Texas

Proyecto de Redes Sociales



**NEXSTEP MEDIA** se complace en presentar a **Alimentos Texas** la siguiente propuesta de redes sociales:

## OBJETIVO

Brindar un manejo creativo y versátil de los diferentes perfiles sociales de la empresa para captar y conectar con los clientes, aumentar los seguidores y lograr una excelente presencia de marca en las redes sociales.

Actualmente, Venezuela es el **9no país del mundo que mayor actividad presenta en las redes sociales**. Cerca de 7 millones de personas cuentan con un perfil de Twitter y Facebook y lo utilizan **a diario**. Este crecimiento representa una excelente oportunidad para hacerle llegar a un público muy amplio el mensaje de la marca, utilizando mecanismos más atractivos para los usuarios que la publicidad estándar y obteniendo un feedback inmediato y constante de qué piensa el consumidor acerca de los productos que se ofrecen y en qué aspecto se pueden mejorar. Además, las redes sociales son una excelente herramienta para convocar a seguidores de la marca a cualquier activación que se haga (eventos, parrillas) y es un canal efectivo para estar en constante comunicación con los consumidores.

El desarrollo propuesto por **NEXSTEP MEDIA** de las redes sociales de **Alimentos Texas** se hará con la siguiente idea: **“Acercar al cliente con la marca, a través de publicaciones de contenido de interés y de promover las interacciones del público a través de las redes sociales”**.

## ¿CÓMO?

Asegurándonos que el mensaje de **Alimentos Texas** esté presente en el día a día de sus clientes, ofreciéndoles información interesante relacionada a los excelentes productos que ofrece la empresa. También se explotarán las situaciones que rodean el consumo de los productos, como cenas familiares y parrillas entre amigos, para acercar a las personas con la marca e invitarlas a compartir contenido.

El manejo efectivo de las redes sociales evitará el bombardeo publicitario (que **siempre** genera rechazo) y consistirá en crear unos perfiles sociales interesantes y atractivos para que los usuarios no sientan que le estamos vendiendo algo constantemente, sino que les ofrecemos productos que los beneficiará a ellos y les mejorará su calidad de vida.

## CONTENIDO A PUBLICAR

Desarrollaremos las cualidades de **Alimentos Texas** con mensajes que profundicen en los beneficios prácticos, de calidad y de sabor, que ofrecen sus productos. Desarrollaremos el concepto actual de la marca “Qué Bueno es Compartir”, para presentar situaciones del día a día con las que el público se sienta identificada. Explotaremos la gran variedad de productos y las cualidades de cada uno, enfocándonos en la excelente calidad de cada uno.

Para promocionar la nueva línea “All Natural”, se colocaría información relacionada al fitness y la salud, sobre todo aprovechando que es uno de los temas de los que más se habla en la actualidad. Aprovecharíamos toda la tendencia fitness para posicionar esta línea en la mente de los posibles consumidores.

En la parte gráfica, utilizaremos imágenes provocativas de los platos que se pueden preparar utilizando nuestros ingredientes, siempre buscando transmitir una imagen de fresca y sabor unido al nombre de Alimentos Texas.

A continuación, el contenido específico para cada red social.

## TWITTER

Es la red social más utilizada (y con mayor frecuencia) por los venezolanos. Tiene la característica de ser fugaz, momentáneo y breve. Por esto, **NEXSTEP MEDIA** recomienda publicar entre 5 y 7 tweets a lo largo del día, a manera de ideas cortas o “Tips”.

- @AlimentosTexas: Se viene el mundial... ¿Sabes qué significa eso? ¡Parrilas! Disfruta entre panas de los mejores cortes de carne que Alimentos Texas trae para ti. #QueBuenoEsCompartir
- @AlimentosTexas: ¿Cuidando tu figura? Entonces nuestra línea “All Natural” es perfecta para ti. Variedad de cortes de pescado, marisco y ensaladas con mucho sabor y poca culpa.
- @AlimentosTexas: ¿Invitaste a tu novia a cenar en tu casa y no sabes ni hervir agua? Tranquilo que en alimentostexas.com tenemos unas recetas que te harán quedar como todo un chef.

- @AlimentosTexas: Todo venezolano que se respeta, se ha comido su buena dosis de tequeños... ¿Pero has probado alguno de pavo y queso crema? #TexasTemptation
- @AlimentosTexas: ¿Sabías que la proteína es el elemento más importante para el cuerpo, después del agua? Nuestra línea #AllNatural es una excelente fuente para ti y tu familia.
- @AlimentosTexas: #JuntosEnParrilla (en lugar de juntos en familia) Es un hashtag para posibles concursos donde se invite a los usuarios a compartir sus momentos de parrillas, entre amigos o familia. Y se puede “patrocinar” la próxima parrilla del ganador.

## FACEBOOK

En esta red social, las publicaciones permanecen “activas” por mayor tiempo y los usuarios disponen de mayor tiempo para explorar contenido, por lo que proponemos publicar videos de cocina, links a noticias relevantes (entrevistas a directivos de **Alimentos Texas**, nuevos lanzamientos de productos) y fotos donde el producto aparezca en las situaciones que promovemos. En cenas familiares, almuerzos, parrillas.

Se pueden hacer concursos donde los usuarios suban fotos de sus experiencias con **Alimentos Texas** y se les reconoce a través de nuestras redes.

## INSTAGRAM

Para esta red social, contamos con un equipo de diseñadores para diseñar imágenes de calidad, que sean muy atractivas visualmente, donde todos los productos provoquen inmediatamente a nuestros seguidores.

Utilizaremos la tendencia de los usuarios a compartir fotos de sus comidas, para canalizarlos hacia nuestro perfil. Es decir, que una persona que preparó una cena excelente con nuestros productos y la va a compartir en Instagram, nos mencione. De esta manera, el nombre de **Alimentos Texas**, les aparece a personas que no nos siguen y se captan más seguidores. Se pueden dar pequeños incentivos para promocionar esta conducta como postear esa foto desde nuestros perfiles o pequeños premios.

Para medir el nivel de participación de los usuarios, los invitaríamos a compartir cualquier contenido utilizando el hashtag #AlimentosTexas. De esta manera vemos exactamente cuántas personas han interactuado con la marca y qué tipo de contenido suben

## CRECIMIENTO

Para este proyecto, **NEXSTEP MEDIA** garantizará un crecimiento aproximado de:

**+1.000** seguidores mensuales en Twitter.

**+ 600/+1.000** seguidores en Instagram

## PRESUPUESTO

El servicio de **NEXSTEP MEDIA** para el manejo de las redes de **Alimentos Texas** incluye:

- De 5 a 7 tweets diarios, **todos** los días de la semana.
- Un post diario en Facebook de contenido original, relacionado a la estrategia planteada anteriormente (**incluye** fines de semana)
- Un post diario en Instagram de imágenes de calidad, diseñadas especialmente para **Alimentos Texas** (**incluye** fines de semana).
- Ideas y planificación de concursos periódicos para aumentar el número de seguidores y el tráfico a los perfiles sociales de **Alimentos Texas**.
- Búsqueda de contenido original y creativo para generar interés en los perfiles de la marca.
- Publicar cualquier información que **Alimentos Texas** necesite difundir.
- Interacción diaria con los usuarios de los perfiles (no cuentan como posts)
- El crecimiento de seguidores planteado anteriormente.

**COSTO MENSUAL: 7.500 Bs**

Propuesta elaborada por:  
*Luis Alejandro Rivero*



**nexstep**  
social media management

## QUIÉNES SOMOS

Somos una agencia de publicidad especializada en el manejo profesional de redes sociales con tres años de experiencia en el mercado venezolano.

Actualmente contamos con clientes en Venezuela, Panamá y Estados Unidos.

**Nos adaptamos a cada cliente:** Siendo una empresa joven, cada cliente es una prioridad para nosotros. Nos encargamos de manera única de cada marca que llevamos y generamos estrategias personalizadas para maximizar su presencia en las redes sociales.

**Conectamos marcas con personas:** Generamos contenido creativo que aporte valor al día a día del usuario. No nos limitamos a publicar mensajes publicitarios, generamos conversaciones con los clientes.

**Estamos en constante evolución:** Siempre atentos a las nuevas tendencias en el mundo digital, buscamos mantener a nuestras marcas como pioneras en el ámbito de las redes sociales.

## ¿QUÉ OFRECEMOS?

Ofrecemos el manejo profesional de los perfiles de la empresa de las siguientes redes sociales:

**twitter**

**Instagram**

**facebook**

**Vine**

**snapchat**

**Pinterest**

**You Tube**

**Linked in**

Contenido basado en TIPS, datos y mensajes cortos.

Contenido basado en imágenes de calidad, especialmente diseñadas para cada marca

Contenido mixto entre imágenes y material audiovisual. Es la red social que cuenta con mayor número de usuarios en Venezuela.

Red social emergente, es una buena oportunidad para destacar la marca como innovadora y original. Contenido basado en videos de 6sg de duración

Contenido basado en compartir las fotos que los usuario manden al perfil de la marca, en la "Biografía" o "Historial"

Se crean Tableros de cada rasgo de la marca que se quiera explotar (Por ejemplo sabores)

Contenido basado en compartir videos de producción propia o videos que reflejen la personalidad de la marca

Orientado hacia empresas especializadas, es una excelente herramienta para reclutar empleados.

# SERVICIOS

El manejo de redes sociales por parte de NexStep Media, incluye:

## ESTRATEGIA

Canalizar los esfuerzos comunicacionales de la marca en los medios tradicionales y adaptarlos al ámbito de las redes sociales. Se plantearán temas sobre los cuales se basarán las publicaciones en *rrss* con el objetivo de conectar con los clientes.

## CONTENIDO

Creación constante de contenido de calidad, original y creativo orientado al target de la marca. Creación de *HashTags* propios y concursos periódicos

## DISEÑO GRÁFICO

Elaboración de imágenes de calidad para los distintos perfiles sociales de la marca, respetando la identidad visual establecida.

## FOTOGRAFÍA

Sesiones de fotografía del producto, para su uso en redes sociales.

## VIDEO

Conceptualización y producción de videos, para su uso en los distintos perfiles sociales de la empresa



**CLIENTES ACTUALES**

# BREEZE ICE

(@BreezelceVe)

**NÚMEROS INICIALES**  
(Marzo 2014)

**NÚMEROS ACTUALES**

**CRECIMIENTO**



2.220 likes

18.145 likes

+ 15.925



1.915 seguidores

9.315 seguidores

+ 7.400



608 seguidores

5.451 seguidores

+ 4.843

MI CONSUELO CADA VEZ QUE ME DEJAN EN AZUL EN WHATSAPP



TÚ, YO,  
UNA CAVA LLENA  
DE BREEZE ICE...  
¡PIÉNSALO!



EL #BREEZELIST DE LA SEMANA

- RED LIGHTS -DJ TIESTO
- RUDE - ZEDD REMIX
- THE DAYS - AVICII
- RIPTIDE - THOMAS JACK REMIX
- UNDER CONTROL - CALVIN HARRIS
- LOVERS ON THE SUN - DAVID GUETTA



#TÍPICO:

ME DA CHIKUNGUNYA  
Y ESE FIN HAY:

- 63 RUMBAS
- 12 MATRIMONIOS
- 22 GRADUACIONES
- 35 PARRILLAS
- INVITACIÓN EN YATE  
PA' LOS ROQUES



DURACIÓN DE  
LAS LLAMADAS

PADRE A NIÑO: 00:00:07

NIÑO A PADRE: 00:00:27

NIÑO A MADRE: 00:01:30

NIÑO A NOVIA: 01:20:59

NIÑA A NIÑA: 12:36:32:69:23

NIÑO A NIÑO: LLAMADA PERDIDA



DESCRIPCIÓN GRÁFICA  
DE FELICIDAD



PANA  
SI TU NOVIA TE DICE  
"TRANQUILO,  
NO TE PREOCUPES"...  
-PREOCÚPATE-



"UN HOMBRE TALENOSO  
LE PEGA AL BLANCO  
AL QUE NADIE MÁS  
LE PUEDE PEGAR.  
UN GENIO LE PEGA  
A UN BLANCO  
QUE NADIE MÁS VE"



#VIDABREEZE



TOMO  
CAFÉ PORQUE  
LO NECESITO Y  
BREEZE ICE  
PORQUE LO  
MEREZCO



**3ª BREEZE**  
BLA, BLA & RISAS

**4ª BREEZE**  
CARCAJADAS & GRITOS

**5ª BREEZE**  
BAILES DESCOORDINADOS

**6ª BREEZE**  
LLAMADAS INNECESARIAS

**7ª BREEZE**  
LOS QUIERO A TODOS

**8ª BREEZE**  
ESTOY BIEN, YO MANEJO



SI ME VES  
CON EL CELULAR  
DURANTE LA FIESTA.

**¡ME LO QUITAS!**



ESAS NOCHES  
CUANDO LO ÚLTIMO  
QUE TE ACUERDAS  
ES DE:

"DALE FONDO BLANCO"

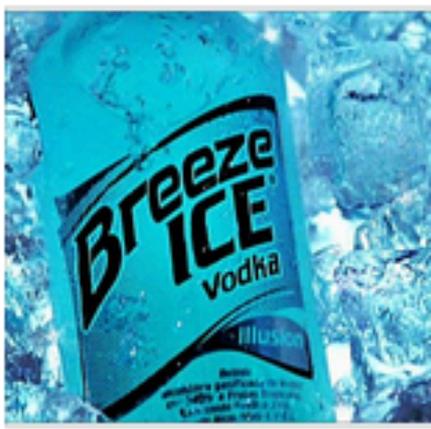
**HOLSDA  
EN  
QWEDHJ  
ANDSDN?1S1**

**BREEZE ICE  
TRIPLICA  
LE CAPACITÉ  
DI PARLARE  
OTHER  
LANGUAGES.**





# **FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO**





The background features a central light blue diamond shape overlapping two larger, semi-transparent light gray diamonds. A white rectangular box with a thin black border is centered horizontally and partially overlaps the central blue diamond. Inside this box, the text "PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL" is written in a bold, black, sans-serif font, stacked in two lines.

**PRODUCCIÓN  
AUDIOVISUAL**



**LINK A VIDEO (Copiar y pegar en el navegador)**

<https://www.facebook.com/video.php?v=741007192642479&set=vr.741007192642479&type=3&theater>

# OBOTICARIO VENEZUELA

(@OboticarioVzla)

**NÚMEROS INICIALES**  
(Abril 2014)

**NÚMEROS ACTUALES**

**CRECIMIENTO**



1.220 likes



2.455 likes

+ 1.235



5.915 seguidores

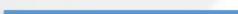


16.315 seguidores

+ 10.400



0 seguidores



6.232 seguidores

+ 6.232

(Creado por NexStep Media)

oBoticario

DÍA



active 307

- El complejo Act-Prax estimula la producción de proteínas.
- Mejora el funcionamiento celular.
- FPS de 25 para proteger la piel del sol.
- Reduce un 82% las arrugas y líneas de la piel.
- Mejora en un 93% la firmeza de la piel.

oBoticario

Para el cuidado perfecto de tu cabello



oBoticario

oBoticario



5 consejos para lograr unas cejas perfectas



oBoticario

¡Empezar el día con una sonrisa nos hace sentir bellas!



oBoticario

"Las personas se te quedarán viendo... Haz que su rato valga la pena"

Harry Winston

oBoticario

Los 7 tips para utilizar correctamente el Shampoo



#OboTips

oBoticario

¿CUÁL ES EL JABÓN IDEAL PARA TU PIEL?



nativa SPA



make B.

oBoticario



nativa SPA

¡Para una piel más suave, más perfumada y más protegida!

nativa SPA



nativa SPA



make B.

Tropical Colors

**EGEO DOLCE**



oBoticário

**nativa SPA**

Jabón cremoso exfoliante de algas marinas



oBoticário

**Linda**



oBoticário

**OboTip #8**



Para mantener tus rizos por más tiempo, espera a que tu cabello se seque por completo antes de usar el rizador.

oBoticário

**malbec**

Malbec fragancia masculina



oBoticário

La mejor manera de ganarte a la suegra.  
#NavidadOboticario



oBoticário

**#Oboticario**

Los domingos son para compartir en familia

oBoticário

**Thaty PRINCESSO**

Para la princesa moderna



oBoticário

**oBoticário**

**DÍA**



active 307

- El complejo Act-Pro+ estimula la producción de proteínas.
- Mejora el funcionamiento celular.
- FPS de 25 para proteger la piel del sol
- Reduce un 85% las arrugas y líneas de la piel.
- Mejora en un 93% la firmeza de la piel.

oBoticário

**oBoticário**

**NOCHE**



active 307

- Mayor receptividad de nutrientes mientras la piel descansa.
- Reduce un 93% las señales de envejecimiento
- Mejora un 98% la elasticidad de la piel.

oBoticário

Estas Navidades ¡Consiente a tu mamá!



Dale la oportunidad de tener una spa desde su casa

oBoticário

**OboTip #5**



Al colocarte cremas debajo de los ojos, utiliza tu dedo anular. Es el que menos fuerza tiene y evitarás daños al tejido sensible.

oBoticário

"La belleza es la  
expresión estética  
del amor"

Abraham Lincoln

oBoticário



Jabón  
cremoso  
exfoliante  
de algas  
marinas

oBoticário



oBoticário



*Loción Hidratante &  
Revitalizante de Pitanga*



Aceite Bifásico  
Revitalizante  
de Guaraná



oBoticário



SPLASH DE  
JABUTICABA  
Y CASTAÑAS  
DE PARÁ

oBoticário



"MIRA DOS VECES  
PARA VER LO JUSTO.  
NO MIRES MÁS  
QUE UNA VEZ PARA  
VER LO BELLO"

HENRY F. AMIEL

oBoticário

# BURGER FACTORY

(@BFBurgerFactory)

**NÚMEROS INICIALES**  
(Octubre 2014)

**NÚMEROS ACTUALES**

**CRECIMIENTO**



0 likes  
(Creado por  
Nexstep Media)

224 likes

+ 224



308 seguidores

4323 seguidores

+ 4.015



279 seguidores

2.781 seguidores

+ 2.502

**UEFA CHAMPIONS LEAGUE**

VIVE LA CHAMPIONS EN **#BURGERFACTORY**

?  
**SABÍAS QUE**  
LA PALABRA  
**HAMBURGUESA**  
VIENE DE  
**HAMBURGO**  
**ALEMANIA**

**NO**  
INVENTES,  
VENTE A  
BURGER  
FACTORY

**#BURGERNIGHTS**

TE ESPERAMOS  
HASTA LAS 2AM

HAMBURGUESAS  
100% GOURMET

**LA AMERICANA**

- \* QUESO CHEDDAR FUMADO
- \* TOCNETA
- \* TOMATES FRESCOS
- \* LECHUGA
- \* PEPINILLOS

**#BurgerNights**

CUIDAMOS  
HASTA EL  
MÁS  
MINIMO  
DETALLE.

**COMPARTIDA**

**SIEMPRE**  
ES MÁS SABROSA

EL  
**AFTER-OFFICE**  
ES EN **#BURGERFACTORY**



The background features a white page with a central graphic of three overlapping diamonds. The left and right diamonds are light gray, while the central one is a medium blue. A white rectangular box with a thin black border is centered over the blue diamond, containing the text 'FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO' in bold black uppercase letters.

# **FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO**



# CONTACTO

Luis Alejandro Rivero  
Director de Social Media  
[Luis.rivero@nextstepsmedia.com](mailto:Luis.rivero@nextstepsmedia.com)  
04141197230  
@NexStepMedia



**nexstep**  
social media management

# Propuesta de Redes



# Concepta

# Objetivos

**ENGAGEMENT**

**TOM-PRESENCIA EN EL DÍA A DÍA**

**POSICIONAMIENTO: SNACK PERFECTO**

**CRECIMIENTO DE SEGUIDORES**

**TENDENCIA**

# Canterida

*Picante*

*Chicharrón  
con sabor picante*

# Coloquialidades

*Picante*

*Chicharrón  
con sabor picante*

*Noti Jacks*

*Curiosidades*

*Chiste Jacks*

*Actúa Normal*

*Cuestionarios*

**LA LVBP ANUNCIÓ UN NUEVO SISTEMA DE ELIMINATORIAS PARA LA TEMPORADA 2015-16, DONDE CLASIFICARÁN 6 DE LOS 8 EQUIPOS. #NOTIJACKS**

**¿SABÍAS QUE EL MANÍ ES CONSIDERADO UNA LEGUMBRE? #CURIOSIJACKS**

**¿PARA QUÉ VAN LOS MANÍ A LA PELUQUERÍA? PARA HACERSE LA MANICURA  
#CHISTEJACKS**

**¿CÓMO TE COMES TUS JACKS?**

- A) METES LA MANO EN LA BOLSA**
- B) TE ECHAS LOS MANÍ EN LA PALMA DE LA MANO**
- C) DIRECTO DE LA BOLSA**
- D) LOS COLOCAS EN UN ENVASE**

Reta Jacks

**MAYOR CANTIDAD DE MANÍS JAPONESES EN LA BOCA Y PODER SILBAR**

**LANZAMIENTO EN PAREJAS APUNTANDO A LA BOCA**

**LANZAMIENTO DE ALTURA**

**"ENCESTA EL MANÍ"**

*Deja que fluya*

# MOMENTOS INCÓMODOS QUE SE SOLUCIONAN CON JACKS

*Siéntete Jacks*

*Que siga la buena!*

**ENGLOBAR TODAS LAS NOTICIAS POSITIVAS RELACIONADAS  
A VENEZUELA**

**GESTOS QUE SALVAN LA FIESTA O TE HACEN EL DÍA**

**"ORGULLO VENEZOLANO"**

TEMPORADA

DE

BEISBOL

*Concepta*

# Resultados

**RESULTADOS FINALES DE LOS JUEGOS**

**"MOMENTO JACKS"**

**PRÓXIMOS JUEGOS**

# *Perfil Jacks*

*Jacks une tu pasión*

*“La sena Jacks”*

ADIVINA LA SENA

“TE LANZO LA SENA”

# Fan Jacks

TRIVIAS

COMPARTE TU FOTO

# *Personalidades de Estadio*

**LOS DIFERENTES TIPOS DE PERSONAS QUE VAN AL ESTADIO Y  
SUS RAZONES**

**"EL RAJAO"**

**FANÁTICO DURO. SUFRE Y LLORA POR EL EQUIPO. SE SABE EL NOMBRE HASTA DEL RECOGE PELOTAS**

**"EL FARANDULERO"**

**NO LE IMPORTA LO MÁS MÍNIMO EL JUEGO. VA AL ESTADIO A TOMARSE SU SELFIE Y SALUDAR A TODO EL QUE VEA**

**"LA BUSCA PAREJA"**

**VA CON SU MEJOR PINTA Y ENTACONADA PARA EL ESTADIO. GENERALMENTE VAN DE A DOS.**

**"EL DE LOS ABONOS"**

**EL AMIGO DE TU PANA QUE NO TE CAE TAN BIEN, PERO TIENE UNOS TÍOS ABONADOS QUE NUNCA VAN.**

**"EL COMELÓN"**

**VA PARA COMER. TE PUEDE HACER UNA RESEÑA DE TODOS ABSOLUTAMENTE TODOS LOS KIOSKITOS DE COMIDA**

# *TimeLine*

# Twitter

**TODO LO QUE NECESITAS SABER ACERCA DEL NUEVO FORMATO DE LA LVBP LO PUEDES CONSEGUIR AQUÍ (LINK A LA PÁGINA DE FACEBOOK DE JACKS VENEZUELA)**

**"EN CASO DE HAMBRE, ROMPA EL VIDRIO"**

**CAMBIO MI \_\_\_\_\_ (NOVI@, PERRO, CARRO, CELULAR) POR UNA BOLSA DE JACKS.**

**DEJAR LA BOLSA DE JACKS VACÍA SOBRE LA MESA... ES UNA MALDAD.**

**PRUEBA DE AMISTAD: DEJA A TU PANA CON UNA BOLSA DE JACKS ABIERTA Y VE AL BAÑO. SI REGRESAS Y TE DEJÓ, ES FIEL. SI LA BOLSA ESTÁ VACÍA... CUÍDATE LAS ESPALDAS.**

**¿QUÉ ES UN MANIGOTE? ¡UN MANÍ CON BIGOTE! #CHISTEJACKS**

**OLVÍDATE DE LA COLA, EL ESTRÉS, LAS 15 ENTREGAS DE TRABAJO PENDIENTES, LOS EXÁMENES... ABRE LA BOLSA. RESPIRA PROFUNDAMENTE... Y DISFRUTA.**

**TODO LO QUE NECESITAS PARA SOBREVIVIR LAS ÚLTIMAS DOS HORAS DE OFICINA UN VIERNES → (FOTO ADJUNTA)**

**¿TE DIJO QUE "LE SOBABA UNA ENTRADA" PARA EL JUEGO DE HOY? TE ACABAN DE LANZAR #LASEÑAJACKS.**

**LOS MANÍ "JAPONESES" SON EN REALIDAD... ¡MEXICANOS! ADOPTAN EL NOMBRE PORQUE SU CREADOR ERA UN IMIGRANTE JAPONÉS Y CREÓ LA RECETA EN 1945 #CURIOSIJACKS.**

**EN UN MUNDO DE CAMBIOS CONSTANTE, EL MANÍ JACKS SALADO SE MANTIENE FIEL A SU SABOR DE TODA LA VIDA #JACKS.**

**¿SABÍAS QUE EL PRIMER HIT EN LA HISTORIA DE LA LVBP LO CONECTÓ EL PAPÁ DE LUIS APARICIO EN SU PRIMER TURNO? #DATOJACKS**

# Crecimiento

**EL CRECIMIENTO ESPERADO PARA ESTE PROYECTO ES:**

**INSTAGRAM: +1.000/+1.500 SEGUIDORES MENSUALES.**

**TWITTER: +1.200/+1.800 SEGUIDORES MENSUALES.**

**FACEBOOK: +1.000 LIKES MENSUALES.**

# Presupuesta

**EL PRESUPUESTO MENSUAL PARA EL PROYECTO ES DE BS. 65.000**

## **INCLUYE:**

- **TWITTER, FACEBOOK, INSTAGRAM Y CANAL DE YOUTUBE.**
- **DOS SESIONES FOTO MENSUALES AL PRODUCTO Y MOMENTOS DE CONSUMO.**
- **CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE DOS CONCURSOS MENSUALES.**
- **DISEÑO DE IMÁGENES PARA INSTAGRAM Y FACEBOOK.**
- **EDICIÓN DE VIDEO PARA EL "MOMENTO JACKS" DURANTE LA TEMPORADA DE BEISBOL.**
- **4 PRODUCCIONES AUDIOVISUALES CORTAS MENSUALES.**
- **INTERACCIÓN DIARIA CON LOS SEGUIDORES DE LOS PERFILES.**



# CONCEPTO

HootSuite

ClickyTools

Instagram

foursquare

Google+

nexstep  
social media management

**HORIZONTALIDAD —————> CONECTAR**

**CONTENIDO QUE APORTE > PUBLICIDAD**

**PRESENCIA EN EL DÍA A DÍA**

**"ESCUCHAR" —————> FEEDBACK**

A top-down view of a grey metal muffin tin containing several round almond granola cookies. The cookies are golden-brown and topped with sliced almonds. One cup in the top right is empty, showing some almond slices. The word 'Objetivos' is written in a white, cursive font across the center of the image, enclosed in a white dashed rectangular border.

# Objetivos



**POSICIONAMIENTO**

**TOP OF MIND**

**ENGAGEMENT**

**CRECIMIENTO**



**POSICIONAMIENTO:** "QUAKER ES UNA EXCELENTE FUENTE DE ENERGÍA SALUDABLE. ME ACOMPAÑA A LO LARGO DEL DÍA, LLENÁNDOME DE VITALIDAD PARA DEDICARME A LAS COSAS QUE REALMENTE IMPORTAN. ES CÓMODO Y PRÁCTICO. ES EL ALIADO PERFECTO PARA MI RUTINA"

# **TOM – PRESENCIA EN EL DÍA A DÍA**

**MOMENTOS DE CONSUMO**

**RESALTAR LAS PROPIEDADES DE LA MARCA**

**CONTENIDO DE CALIDAD QUE CAUSE UNA IMPRESIÓN  
POSITIVA EN LOS CONSUMIDORES**

**CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES**

# ENGAGEMENT

**OFRECER TEMAS DE CONVERSACIÓN/DE INTERÉS. GENERAR CONVERSACIÓN**

**APORTAR VALOR**

**ESCUCHAR A LOS SEGUIDORES**

**INVITAR A LOS USUARIOS A COMPARTIR EXPERIENCIAS A TRAVÉS DE #VIDAQUAKER**



# Contenida



**INFORMATIVO/RECORDATORIO**

**QUAKERLICIOUS/QUAKERLICIOSO**

**"21 DÍAS CON QUAKER"**

**"VIDA QUAKER"**

# INFORMATIVO/RECORDATORIO

**¿QUÉ ES QUAKER?**

HISTORIA Y ORÍGENES DE LA MARCA

CALIDAD QUAKER

OBJETIVOS

**¿QUÉ BENEFICIOS ME APORTA?**

SNACK 100% SALUDABLE, POCAS CALORÍAS.

PRÁCTICO, LO LLEVAS CONTIGO SIEMPRE

**"EL PODER DE LA AVENA"**

APORTES DE LA AVENA PARA TU CUERPO

# QUAKERLICIOUS

**RECETARIO DE POSTRES  
SANOS Y SALUDABLES**

**FÁCILES DE PREPARAR**

**EXCELENTE ALTERNATIVA PARA TU HOGAR**

**NUTRITIVOS**

**"LO LIGHT PUEDE SER  
SABROSO"**

**CON LA INNOVADORA PRESENTACIÓN DE  
GALLETAS, TE COMES HASTA LA ÚLTIMA  
MIGAJA MIENTRAS ALIMENTAS BIEN A TU  
FAMILIA.**



# "21 DÍAS CON QUAKER"

## "CREAR HÁBITOS SALUDABLES DE LA MANO CON LOS CONSUMIDORES"

**UN HÁBITO SE CREA EN 21 DÍAS**

**MOTIVARLOS A SUPERARSE CON MENSAJES POSITIVOS Y CONSEJOS.**

**INVITARLOS A COMPARTIR CON QUAKER SU PROGRESO. APOYARLOS EN EL CAMINO.**

**SEGMENTOS CORTOS CON AQUELLAS PERSONAS QUE LOGRARON UN CAMBIO POSITIVO. INVITARLOS A COMPARTIR HISTORIAS Y CONSEJOS**



# "21 DÍAS CON QUAKER"

## OBJETIVO:

LOS USUARIOS COMPARTAN FOTOS O TWEETS DEL PROGRESO DE SU NUEVO HÁBITO SALUDABLE A TRAVÉS DE #21DIASCONQUAKER O DE #VIDAQUAKER

## ¿CÓMO?

HACIENDO PEQUEÑAS CAMPAÑAS PERIÓDICAS EXPLICANDO QUE UN HÁBITO SALUDABLE SE FORMA EN 21 DÍAS.

"QUAKER QUIERE APOYARTE". SEGUIMIENTO A LAS PERSONAS QUE HAN COMENZADO

## RESULTADOS

EN LOS PERFILES DEL USUARIO SALDRÁ EL NOMBRE DE QUAKER CON UNA INICIATIVA POSITIVA.

**"VIDA QUAKER"**





# VIDA QUAKER

"ES UN ESTILO DE VIDA LLENO DE **SALUD Y BUENAS ENERGÍAS**. ES EL **BALANCE** PERFECTO DE UNA RUTINA ACTIVA DONDE EL ESTRÉS NO TIENE LUGAR. ES TU ZONA DE **TRANQUILIDAD, FELICIDAD** Y MENTE POSITIVA, DONDE **NINGUNA META ES DEMASIADO GRANDE** DE ALCANZAR. LO BIEN QUE NOS SENTIMOS LO REFLEJAMOS EN **NUESTRAS ACCIONES**"



# VIDA QUAKER

**CONSEJOS**

**SALUD**

**BIENESTAR**

**NUTRICIÓN**

**VIDA EN FAMILIA**

**MOTIVACIONALES**

**MOMENTO  
QUAKER**

**MOMENTOS PERFECTOS PARA UNA QUAKER**

**MOMENTOS DE FELICIDAD EN FAMILIA**

**INVITAR A LOS USUARIOS A COMPARTIR SU MOMENTO**



# TIMELINE

¿SABÍAS QUE QUAKER FUE LA PRIMERA MARCA QUE INCORPORÓ UNA RECETA EN EL EMPAQUE EN AMÉRICA? **#HISTORIAQUAKER**

A LOS HOMBRES POR LO GENERAL NO LES GUSTAN LAS COSAS "LIGHT"... PERO DALE UNAS **#GALLETASQUAKER** PARA QUE VEAS COMO SE COME LA CAJA COMPLETA.

POR UN COMPONENTE LLAMADO "BETA GLUCAN" PRESENTE EN LA AVENA, COMIENDO 3GR DIARIOS PUEDES BAJAR TU COLESTEROL HASTA EN UN 23% **#ELPODERDELA AVENA**

¿QUIERES REPOTENCIAR TU DESAYUNO Y AGREGARLE BUENAS ENERGÍAS? REvisa esta receta de YOGURT + QUAKER (LINK A FACEBOOK) **#QUAKERLICIOUS**

YA @ELISAPEREZ COMENZÓ EL RETO DE #21DIASCONQUAKER.... ¿QUÉ ESTÁS ESPERANDO?

LLEGAR A TU CASA LUEGO DE UN LARGO DÍA Y SER RECIBIDA CON EL ABRAZO DE TU FAMILIA **#MOMENTOQUAKER**

SON APENAS LAS 4 DE LA TARDE Y TE DIÓ HAMBRE? TRANQUILA QUE CON NOSOTROS NO ESTÁS ROMPIENDO LA DIETA (FOTO DE LAS GALLETAS QUAKER)

"LOS NOVATOS LO LLAMAN 'TALENTO'... LOS PROFESIONALES LO LLAMAN 'TRABAJO' **#VIDAQUAKER**

# Crecimiento

**EL CRECIMIENTO ESPERADO PARA ESTE PROYECTO ES:**

**INSTAGRAM: +500/+1.000 SEGUIDORES MENSUALES.**

**TWITTER: +1.000/+1.800 SEGUIDORES MENSUALES.**

**FACEBOOK: \*PLAN DE PROMOCIÓN**

# Presupuesta

**EL PRESUPUESTO MENSUAL PARA EL PROYECTO ES DE BS. 85.000**

- **TWITTER, FACEBOOK, INSTAGRAM Y CANAL DE YOUTUBE.  
(12 TWEETS DIARIOS, DOS POST EN INSTAGRAM, DOS POST EN FACEBOOK)**
- **DOS SESIONES FOTO MENSUALES AL PRODUCTO Y MOMENTOS DE CONSUMO.**
- **CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN CONCURSO MENSUAL.**
- **DISEÑO DE IMÁGENES PARA INSTAGRAM Y FACEBOOK.**
- **3 PRODUCCIONES AUDIOVISUALES CORTAS MENSUALES.**
- **INTERACCIÓN DIARIA CON LOS SEGUIDORES DE LOS PERFILES.**

# Medición

**MÉTRICAS Y ANALÍTICAS DE FACEBOOK (EDAD, SEXO Y UBICACIÓN DE LOS SEGUIDORES DE LA PÁGINA)**

**HOOTSUITE METRICS: CRECIMIENTO EN % DE LA CUENTA DE TWITTER DENTRO DE UN PERÍODO DE TIEMPO. SEGUIDORES INFLUYENTES. HORARIOS DE USO.**

**ICONOSQUARE: MEDICIÓN DE INSTAGRAM, HERRAMIENTAS PARA CONCURSOS.**



*Gracias*