

ESTRATEGIA DIGITAL

FORMACIÓN VOLUNTARIADO: EL RETO ES COMUNICATIVO

FASES DE LA ESTRATEGIA

Análisis

Planificación

Implementación

Monitoreo

Optimización

PÚBLICO OBJETIVO

Persona joven: 16-22 años

Urbano

Beneficiario ideal

PÚBLICO OBJETIVO

Persona joven: 22-30 años

Urbano

Voluntario potencial

PÚBLICO OBJETIVO

Familiares: 35-55 años

Instituciones y Fundaciones

Colaboración / Donante

USO DEMOGRÁFICO

Definir el público objetivo y pensar en que canales se mueve para lanzar en ese canal las estrategias. Cada canal tiene soporte.

Instagram

18-34 años

60% mujeres

Facebook

25-54 años

Balance M/H

Linkedin

25-45 años

Profesionales

Tik Tok

16-24 años

65% gen. Z

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

Nivel de interacción, compromiso conexión que lograr establecer con tu audiencia. Es una relación significativa donde la audiencia participa.

Engagement: 5%

Conversión: 2%

Alcance: 100k

Leads: 500

Número total de personas únicas que ven tu contenido o mensaje, independientemente de si hay una interacción o no.

Conseguir que el público objetivo haga una acción deseada, ejm: rellenar el formulario de contacto pidiendo información

Contactos potenciales que han mostrado algún tipo de interés por el servicio proporcionando datos de contacto.

ESTRATEGIAS

1. Estrategia de Contenido

Desarrollar contenidos en diferentes formatos: videos, infografías, podcasts

Implementar un calendario editorial consistente

Optimizar todo el contenido para SEO

Crear contenido descargable premium (whitepapers, ebooks, guías)

2. Email Marketing Segmentado

Desarrollar diferentes secuencias de emails según el perfil del usuario

Personalizar contenido basado en comportamiento

Crear newsletters con información valiosa

Implementar automatizaciones para nutrir leads

3. Estrategia en Redes Sociales

Publicar contenido interactivo (encuestas, preguntas, retos)

Crear contenido específico para cada plataforma

Utilizar stories y contenido efímero

Implementar estrategias de social listening

4. Optimización de Conversión

Diseñar páginas web optimizadas para conversión

Implementar llamadas a la acción claras y atractivas

Simplificar formularios de contacto

Mejorar la velocidad de carga del sitio

5. Marketing de Influencer

Colaborar con micro-influencers de tu nicho

Crear programas de embajadores de marca

Desarrollar campañas de contenido generado por usuarios

Organizar takeovers en redes sociales

6. Publicidad digital

Crear anuncios segmentados por intereses y comportamiento

Utilizar diferentes formatos publicitarios

Optimizar campañas según resultados

Implementar campañas de remarketing



Agencia de comunicación Momik
www.momik.es



skvl



Escuela de voluntariado