



Proyecto: Ejecución de la Táctica Digital Mediante la Pauta en Redes Sociales



MGA Outsourcing
Nit. 900.977.289-9
Cali, Colombia.



Calle 30 # 81A-26 G-33 OF. 105.
Email: mgaoutsourcing@gmail.com
Cel: 315 859 4164
Cali - Colombia

Nuestros Servicios

Social Media Strategist

Lo realmente valioso de las redes sociales es contar con una estrategia de comunicación que genere influencia en el segmento objetivo al que se apunta. Una buena estrategia de comunicación convierte las redes sociales de su organización en una poderosa herramienta de divulgación y posicionamiento a un costo bajo.

Si observa nuestros logros somos expertos en concebir, implementar y acompañar estrategias de comunicación exitosas en las redes sociales obteniendo alta viralidad, interacción y fortaleciendo su comunidad virtual.

Social Media Management

Diagnosticamos las necesidades de comunicación de su organización, preparamos el Plan de Medios Sociales para campañas o eventos, ejecutamos sus estrategias de comunicación y orientamos equipos de trabajo hacia el logro de los indicadores y metas.

Community Management

Gestionamos integralmente las redes sociales de su empresa; impulso, dinamización, moderación y tácticas de crecimiento de comunidad virtual

Social Advertising

Planificamos y ejecutamos campañas de publicidad digital con Facebook, Google, YouTube, Twitter y georeferenciación.

Curation Content

Búsqueda, selección, clasificación y publicación de contenidos de utilidad en redes sociales y medios masivos, generando información de alto valor para su sitio web.





Introducción

Las redes sociales y el medio digital se han consolidado como un nuevo canal de comunicación que si bien se complementa con los medios tradicionales, tiene sus propias dinámicas, su técnica particular e incluso una nueva lógica. Como es de esperar este nuevo canal ofrece oportunidades pero también riesgos e incluso amenazas; ofrece todo un universo de posibilidades de comunicación pero así mismo exige una serie de precauciones y más si hablamos de una institución pública como lo es la Gobernación del Valle del Cauca.

La relevancia de los canales digitales en la comunicación de hoy ameritan que una institución como la Gobernación del Valle del Cauca cuente con una táctica de comunicación digital que si bien se alinee con la estrategia general de la institución, también interprete y aproveche las oportunidades que el entorno digital posibilita al tiempo que minimice los riesgos de participar en él.

Nuestra propuesta busca concebir, construir, planear y acompañar la ejecución de la táctica de comunicación digital de la Gobernación del Valle del Cauca, basada en la estrategia de comunicación ya implementada en la entidad de modo que la esta se instale con éxito en este entorno virtual.





Introducción

Dentro de los planes de marketing digital, la publicidad en redes sociales o Social Ads es uno de los recursos más poderosos para conseguir los mejores resultados. Hoy en día, esta solución publicitaria se adapta a todo tipo de empresas, de presupuestos y de necesidades. Las empresas cada vez tienen más presencia en este canal, gracias a sus buenos resultados y a que las audiencias potenciales se encuentran allí.

Facebook Ads. La red más popular a nivel mundial no se queda atrás a la hora de ofrecer servicios a los anunciantes. Facebook cuenta con una amplísima interfaz publicitaria, en la que los anunciantes disponen de todo tipo de opciones para promocionar sus contenidos o presentar sus productos y servicios.

Instagram Ads. Instagram y Facebook comparten una misma solución publicitaria, por lo que es muy sencillo organizar campañas orquestadas. En esta red lo que mejor funciona son las campañas con un elevado componente visual.

Twitter Ads. Aunque esta red ya no disfruta de la popularidad de antaño, sigue siendo una opción muy interesante en lo que se refiere a publicidad. Entre sus opciones de anuncios sociales podemos encontrar campañas adaptadas a una gran variedad de objetivos: conversión, leads, descarga de aplicaciones.

Google Ads. Si quieres promocionar tu marca a través de vídeos, banner y motores de búsqueda Google ads, es un gran lugar donde insertar tu publicidad.



Ventajas de la publicidad en redes sociales

Te permite incrementar rápidamente tu visibilidad. Los algoritmos de redes sociales como Facebook hacen que resulte complicado llegar a muchos usuarios de manera orgánica. Aunque en teoría sigue siendo posible desarrollar tu presencia en esta red sin usar anuncios de pago, en la práctica se trata de un proceso largo y difícil. Por eso, si lo que quieres es hacer llegar tu marca a los usuarios de Facebook, los anuncios son el camino más eficiente.

Llegan a los usuarios ahí donde están. Los usuarios dedican una gran cantidad de tiempo a las redes sociales, y además las cifras de actividad no paran de crecer. Por eso, los anuncios en redes sociales son una manera óptima de llegar a ellos.

Las posibilidades de segmentación son poco menos que infinitas. La segmentación por categorías demográficas como la edad, el sexo o la ubicación ha quedado muy atrás. Las redes sociales cuentan con una gran cantidad de información sobre los usuarios, y esto hace posible orientar nuestros anuncios con gran precisión en función de sus intereses, comportamientos y características.



La Gobernación del Valle tiene a disposición todos sus canales disponibles de comunicación para comunicarse con su público objetivo, que son los vallecaucanos y residentes en el Valle del Cauca.

Toda acción comunicativa o publicitaria se destina a los medios y canales a los que el público tiene acceso. En esta estrategia de comunicación, los contenidos para el público objetivo propician también la interacción con la entidad. Los usuarios pueden comunicarse a través de comentarios, mensajes o reacciones en nuestras redes sociales.

La Gobernación del Valle está logrando así articular la experiencia del usuario entre la interacción online con la experiencia vivencial misma del usuario, vallecaucano que recibe directa o indirectamente el resultado de las gestiones adelantadas por el gobierno departamental. El principal objetivo es llegar a la mayor cantidad de personas que forman parte del público objetivo, entendido como los vallecaucanos y residentes en el departamento. Así, entendemos mediante la interacción, los gustos, preferencias, intereses y anhelos de nuestro público objetivo, para así dar oportuna respuesta y satisfacer las necesidades de los vallecaucanos en cuanto a información y comunicación de gobierno.



Propuesta de Social Media Management

Tensión:

Gran parte de la población desconoce el buen momento que atraviesa el Valle del Cauca en los últimos años. Los avances económicos, sociales, en el deporte y en la cultura aún son poco conocidos por un sector importante de la población.

Insight:

¡Siguen las buenas noticias! El Valle del Cauca está en un excelente momento y hay razones para ser optimistas y seguir pensando en un futuro mucho mejor.

Concepto Creativo

Siguen las buenas noticias, el Valle del Cauca está en un gran momento.

Mensaje sombrilla: **#ValleDelCauca**

Los mensajes secundarios se irán manejando dependiendo el programa o tema que se este promocionando o se quiera viralizar.



Propuesta de Social Media Management

Rol de Marca:

Entusiasmar Informar y hacer pedagogía.

Rol de activos digitales:

Entusiasmar a las personas que sienten orgullo por su región,
Informativo al público político e interesado en los temas públicos.
Pedagógico con los medios de comunicación.

Estrategia de Contenido

- Piezas con cifras e imágenes impactantes del Valle del Cauca
- Video textos de las imágenes con las cifras
- Testimonios breves de la gente beneficiada
- Pauta Digital





Público Objetivo

Edades: Entre 18 y 65

Genero: Masculino, Femenino y otros

Ciudades Principales: Cali, Buenaventura, Palmira, Buga, Tuluá, Cartago, Yumbo, Candelaria y Jamundí

Intereses de segmentación: dependiendo de las publicaciones y acorde a los ejes de la Estrategia Digital General.

Profesiones: Estudiantes, profesores, políticos, gestores culturales, artistas, doctores, funcionarios públicos, madres cabeza de hogar, deportistas, ejecutivos, etc.



Propuesta Presupuestal

Realizar campañas creativas efectivas para informar, fomentar la transparencia y promover la participación ciudadana en la gestión pública.

1. Implementar el plan de comunicación digital de la administración departamental en plataformas como Facebook, Instagram, X antes Twitter, Tiktok, Youtube, entre otros.
2. Producir contenidos (Reels, banners, piezas gráficas para las redes sociales).
3. Publicar piezas y contenidos digitales de la gestión gubernamental, de acuerdo con la necesidad de comunicación.
4. Viralizar los contenidos y piezas digitales a través de herramientas como Google Ads, Facebook Business y Twitter Ads.
5. Analizar el comportamiento de las publicaciones, evaluar y entregar informe periódico para la toma de decisiones.

Valor: \$ 302.521.008

IVA: \$ 57.478.992

Valor Total de la propuesta: \$ 360.000.000



Propuesta Presupuestal



No.	ACTIVIDAD	VALOR	OBSERVACIONES
1	Implementar el plan de comunicación digital de la administración departamental en plataformas como Facebook, Instagram, X antes Twitter, Tiktok, Youtube, entre otros.	\$ 232.521.008	Durante los 3 meses de ejecución del contrato se tiene proyectado realizar alrededor de 30 campañas publicitarias a través de los diferentes canales digitales de la Gobernación del Valle.
4	Viralizar los contenidos y piezas digitales a través de herramientas como Google Ads, Facebook Business y Twitter Ads.		
2	Producir contenidos (Reels, banners, piezas gráficas para las redes sociales).	\$ 24.000.000	En la producción de contenidos se tiene proyectado aproximadamente 20 piezas digitales que ayuden a reforzar el mensaje que se quiere enviar a los usuarios de las redes sociales
3	Publicar piezas y contenidos digitales de la gestión gubernamental, de acuerdo con la necesidad de comunicación.	\$ 16.000.000	En un trabajo conjunto con la oficina de comunicaciones se publicarán los contenidos digitales de acuerdo a la necesidad de la entidad y la coyuntura del momento.
5	Analizar el comportamiento de las publicaciones, evaluar y entregar informe periódico para la toma de decisiones.	\$ 30.000.000	Se realizarán 3 informe de seguimiento mensuales, a las campañas digitales realizadas en los canales de la Gobernación del Valle.
SUBTOTAL			\$ 302.521.008
IVA			\$ 57.478.992
VALOR TOTAL DE LA PROPUESTA			\$ 360.000.000

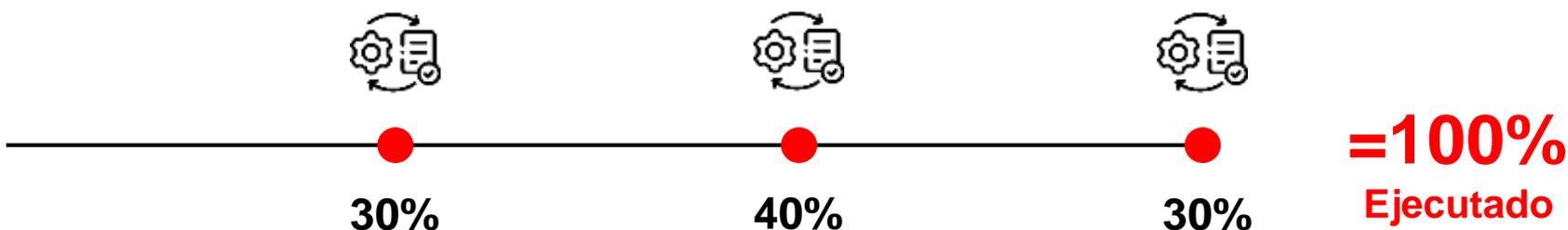


Propuesta Presupuestal

Forma de pago:

Se realizarán pagos por cuotas, Una cuota equivalente al 30% del valor del contrato, una segunda cuota equivalente al 40% del valor del contrato, para tener un acumulado del 70% de ejecución. Y una ultima cuota por el 30% del valor del contrato, con la terminación del mismo. Todo esto soportado con sus respectivos informes de ejecución.

Línea porcentaje de ejecución:





Queremos generar opinión y ser relevantes.

Proponemos desarrollar un ecosistema de pauta enfocado en comunicar de manera efectiva a personas del común interesadas en la Gobernación del Valle del Cauca, así como a replicadores de la información sobre los programas y logros de la administración departamental. Este enfoque busca influir en la opinión pública y generar un mayor entendimiento sobre las iniciativas gubernamentales. A través de la táctica digital, mediante pauta en redes sociales, hemos fijado un objetivo de tener un alcance de **10.000.000** en los diferentes canales, lo que permitirá visibilizar de manera más amplia los eventos, programas y logros de la entidad.

FASES	DESCRIPCIÓN
1. Tráfico Pago	Se crearán pautas en publicaciones de Facebook Ads, Instagram Ads y Google AdWords, basado en los perfiles de personas relacionadas a la Gobernación del Valle, opinión pública, entre otras, que permita mostrar los resultados de la entidad.
2. Información Centralizada	Es vital contar con una sección o una página que permita centralizar toda la información de esa forma direccionar a las personas para que conozcan en detalle toda la información de los programas y logros de la Gobernación del Valle del Cauca.
3. Perfil del cliente	Por medio de estadísticas y métricas podemos identificar el perfil de los visitantes y conocer sus edades, dispositivos, contenidos, objetivos cumplidos, segmentos en el mercado, entre otras características. Con esta información ajustar pautas y mejorar los rendimientos de toda la táctica digital.



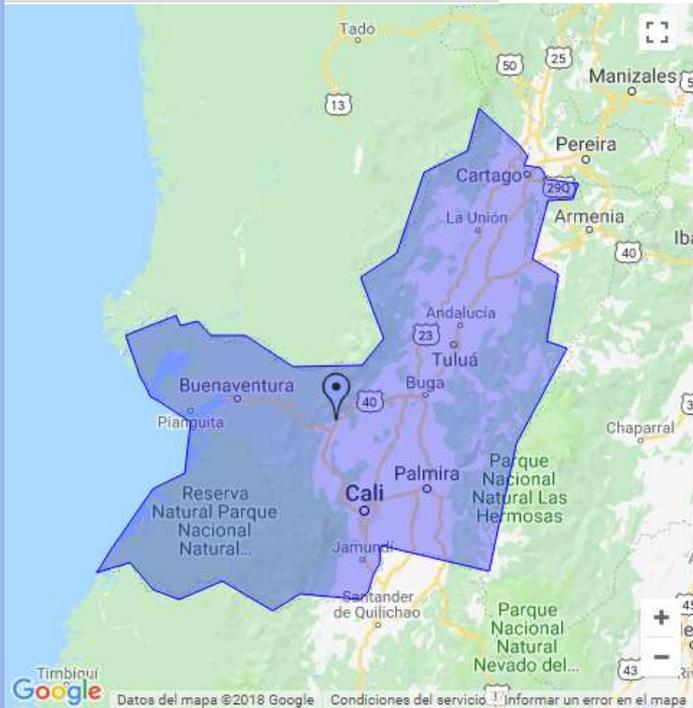


Campaña Masiva

Audiencia AdWords

Segmentación geográfica

Valle del Cauca, Colombia - región



Audiencias afines (cobertura): 9

- Viajes
- Vehículos y transporte
- Tecnología
- Noticias y política
- Medios de comunicación y entretenimiento
- Estilos de vida y aficiones
- Deporte y fitness
- Belleza y bienestar
- Banca y finanzas

Estimaciones de la campaña



- Personas que vivan en el Valle del Cauca.
- Que tienen entre los 18 y 65 años, Hombres y Mujeres.

SEXO	EDAD	HIJOS
<input checked="" type="checkbox"/> Mujer	<input checked="" type="checkbox"/> 18 - 24	<input checked="" type="checkbox"/> Con hijos
<input checked="" type="checkbox"/> Hombre	<input checked="" type="checkbox"/> 25 - 34	<input checked="" type="checkbox"/> Sin hijos
<input checked="" type="checkbox"/> Desconocido ?	<input checked="" type="checkbox"/> 35 - 44	<input checked="" type="checkbox"/> Desconocido ?
	<input checked="" type="checkbox"/> 45 - 54	
	<input checked="" type="checkbox"/> 55 - 64	
	<input checked="" type="checkbox"/> 65+	



Campaña Masiva

Audiencia Facebook e Instagram



Instagram

- Personas que vivan en el Valle del Cauca.
- Que tienen entre los 18 y 65 años, Hombres y Mujeres.

Lugares ⓘ Todas las personas en este lugar ▼

Colombia

Valle del Cauca

Incluir ▼ Escribe para agregar más lugares Explorar

Medellín

CHOCÓ

CALDAS

Bogotá

CALI

CAUCA

COLOMBIA

Fijar marcador

GUAVIARE

Agregar lugares de forma masiva

Edad ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Sexo ⓘ Todos Hombres Mujeres



GOBERNACIÓN DEL VALLE

Prestación de los Servicios profesionales para el diseño de piezas graficas y difusión en redes sociales y otros medios de comunicación digitales, con el fin de cumplir con las funciones y obligaciones contractuales adquiridas por parte de la Imprenta Departamental Soluciones Integrales y de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones – IMPRETIC'S

ACORD-Coldeportes con el programa Deporte, Convivencia y Paz.

Creación de contenido (Texto, Piezas Graficas, Infografías y Video), para el programa Deporte, Convivencia y Paz de Coldeportes, trabajo que se realizo de la mano con el área de comunicaciones de la entidad para lograr visibilidad del programa a nivel nacional, específicamente en las zonas donde se ejecuto el programa.

Coldeportes campaña #ColdeportesConstruyePaís

Creación de contenido (Texto, Piezas Graficas, Infografías y Video), para la campaña **#ColdeportesConstruyePaís** de Coldeportes, trabajo que se realizo de la mano con el área de comunicaciones de la entidad para lograr visibilidad la entidad a nivel nacional, específicamente en las zonas donde se ejecutaron obras de infraestructura deportiva.

Corporación para la Recreación Popular con el Programa Escuelas Deportivas para la Paz.

Creación de contenido (Texto, Piezas Graficas, Infografías y Video), Creación y Fortalecimiento de canales digitales para el programa Escuelas Deportivas para la Paz de Coldeportes, trabajo que se realizo de la mano con el área de comunicaciones de la entidad para lograr visibilidad del programa a nivel nacional, específicamente en las zonas donde se ejecuto el programa.

Dimel Ingenieria S.A.

Creación de contenido de Texto, Piezas Graficas y Material Publicitario para impresión y manejo en Redes Sociales.





Aliado Estratégico:

Prowess SAS

Empresa especializada en la gestión de redes sociales con los siguientes clientes:

Xabi Alonso, ex jugador del Real Madrid y ex jugador del Bayer Múnich

Diagnóstico de percepción en Twitter. Selección y clasificación de contenidos en Twitter. Diseño de blog privado de tweets. 71 publicaciones hasta la fecha.

Alfredo De La Fe

Gestión de las redes sociales entre marzo y agosto de 2015. Logros: incrementamos notablemente su viralidad en Twitter y Facebook.

Diario Sport de Barcelona

Selección y clasificación de contenidos deportivos de Twitter. Desde 2010, 482 publicaciones. Publicaciones durante el mundial Brasil 2014 generaron al periódico 700.000 visitas.

Casa de la Mujer

Gestión de las redes sociales de la Fundación desde abril de 2015 hasta la fecha. Notable incremento de la viralidad de las publicaciones en Facebook y de la influencia en Twitter. Publicación con 1.261.000 personas alcanzadas de manera orgánica.