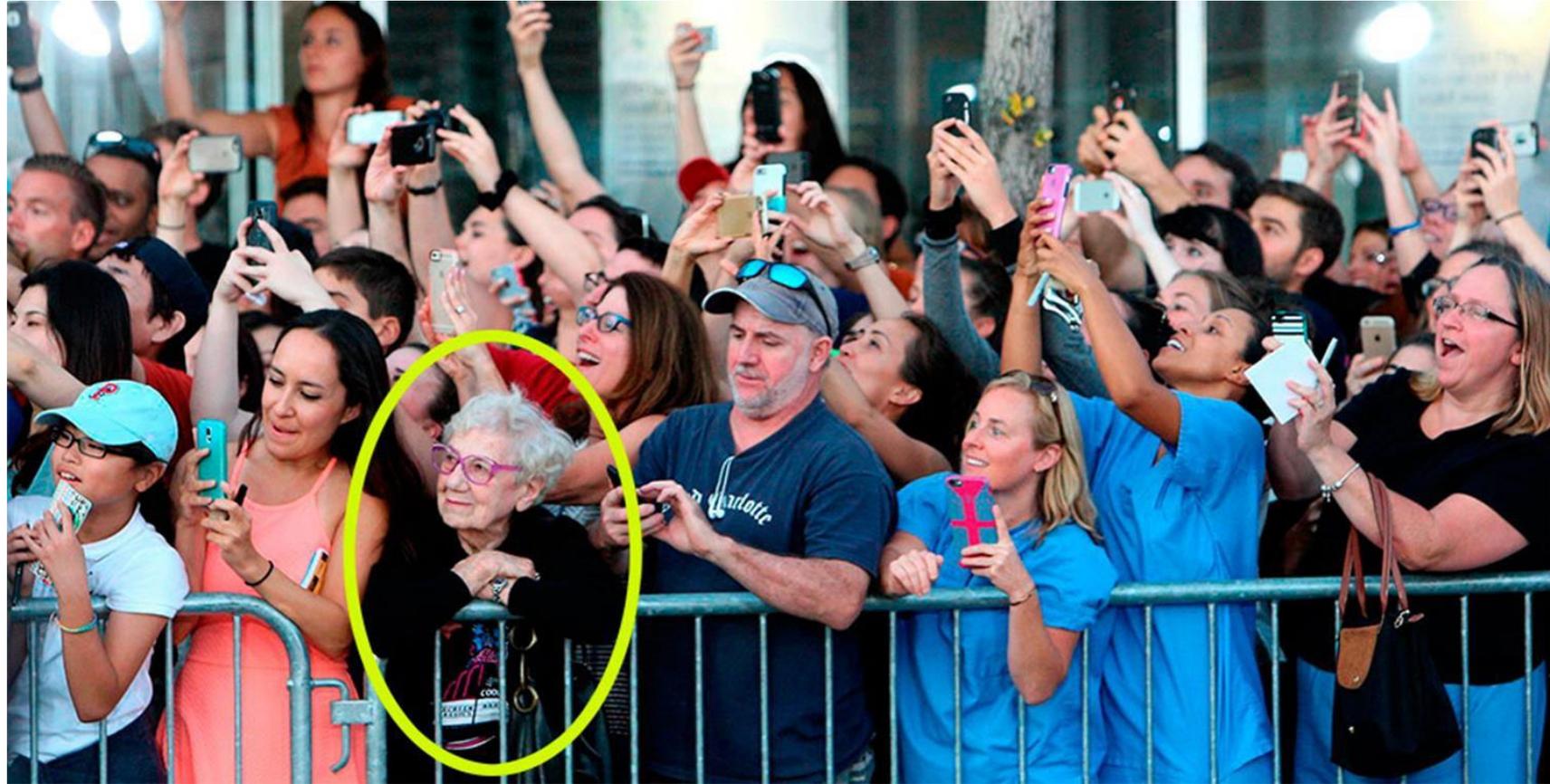


# COMUNICACIÓN DIGITAL Y PUBLICIDAD ONLINE



LET'S GET  
STARTED

¿QUÉ OS DICE ESTA IMAGEN?



Autor: John Blanding del periódico Boston Globe. Fotocall de la película Black Mass



UNIVERSIDAD DE  
MURCIA



# ¿Y ESTA IMAGEN?



Película perfectos desconocidos: sexo, mentiras y teléfonos móviles

¿Creéis que estamos perdiendo la capacidad de disfrutar de los momentos importantes?



# ESTA OTRA IMAGEN ES DE HACE 50 AÑOS, LA ÚNICA DIFERENCIA: EL DISPOSITIVO UTILIZADO



Autor: Oliver F. Atkins

Nixon siendo fotografiado por decenas de jóvenes del servicio de voluntarios  
American Field Service



# LAS TENDENCIAS DE USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA

- **PUBLICIDAD REDES SOCIALES Y ACONTECIMIENTOS**

- EJEMPLOS DE LA RÁPIDEZ DE TRABAJO DE LAS MARCAS EN LAS REDES SOCIALES EN EL CASO SHAKIRA Y PIQUÉ

- [https://twitter.com/itziaroltra/status/1613564155856027651?t=qr\\_u5zLYhKGL55cDB49GxPQ&s=08](https://twitter.com/itziaroltra/status/1613564155856027651?t=qr_u5zLYhKGL55cDB49GxPQ&s=08)



# TENDENCIAS, REDES Y ECONOMÍA CIRCULAR

- Las marcas de moda están virando sus modelos de negocio hacia la economía circular gracias a las demandas del nuevo público.
- Según un informe de Capgemini, **el 79% de los consumidores de las principales marcas de moda ya cambia sus preferencias de compra** en base a factores como la responsabilidad social, el impacto ambiental o el peso de la economía circular en las empresas del sector.



# EJEMPLOS CAMPAÑAS: PUBLICIDAD EXTERIOR, PRENSA, REDES SOCIALES...

- <https://controlpublicidad.com/sostenibles-marcas-y-esg/la-creacion-como-metafora-de-la-economia-circular/>



# EJEMPLOS CAMPAÑAS RSC LEVIS 501 Y HM

## #reciclatuJean Cáritas Perú y Levis

- [Levi's® Perú en Twitter: "¡Únete a #ReciclaTuJean! Apoya a @CaritasdelPeru y obtén un gran beneficio. #MadeOfProgress https://t.co/msZkXvDtfy https://t.co/e8D899SB4u" / Twitter](#)
- [- Karin WG - en Twitter: "Ya empezó el #ReciclaTuJean en Levis Llevas un jean de cualquier marca en buen estado y te darán un vale de 50 soles de descuento para la compr https://t.co/7PYmFL91nl" / Twitter](#)
- [Cáritas del Perú en Twitter: "Campaña #ReciclaTuJean, ccolabora con los más necesitados a través de la donación de jeans y llévate un premio ► https://t.co/2Rn0bx0MM8 https://t.co/s54C7wlaX3" / Twitter](#)
- [https://www2.hm.com/es\\_es/sostenibilidad-en-hm/our-work/close-the-loop.html](https://www2.hm.com/es_es/sostenibilidad-en-hm/our-work/close-the-loop.html)



# ACTUALIDAD: CAMPAÑA LEVIS 501

- [https://www.levi.com/ES/es\\_ES/blog/article/levi-wellthread](https://www.levi.com/ES/es_ES/blog/article/levi-wellthread)

Video entrevista reportera LEVIS economía circular campaña WellThread.

**Our most sustainably designed collection | Levi's® WellThread®**

- <https://youtu.be/sbYCTDZInpg>
- [https://www.youtube.com/watch?v=U0cE2c\\_tP0](https://www.youtube.com/watch?v=U0cE2c_tP0)



# CIRCULARIDAD EN LA MODA: TIMBERLAND

- [Los productos de Timberland serán 100% circulares en 2030 | Comunicarse \(comunicarseweb.com\)](#)
- [Timberland lanza Timberloop para promover la circularidad en la moda \(reasonwhy.es\)](#)
- [Caso Marca Timberland ¿Cómo ser completamente circular? - MAGAZINE SeResponsable](#)
- <https://www.timberland.com/responsibility/timberloop.html>



# EJEMPLOS CAMPAÑA TIMBERLAND

**Timberland** es una de las últimas marcas de moda en sumarse a la tendencia de la economía circular. La firma [anunció el lanzamiento de Timberloop](#), un programa que busca que **sus consumidores entreguen sus productos usados para utilizar los materiales en la fabricación de nuevas prendas.**



# EJEMPLOS CAMPAÑA TIMBERLAND

Entrevista a Changemaker: Atlanta McIlwraith, Timberland

<https://www.forbes.com/sites/davidhessekiel/2022/02/02/changemaker-interview-atlanta-mcilwraith-timberland/?sh=51b8905510f6>



## OBJETIVO: VISIBILIDAD

La estrategia ya está definida usaremos diversas RRSS para lograr un alcance máximo de nuestro nuevo cliente

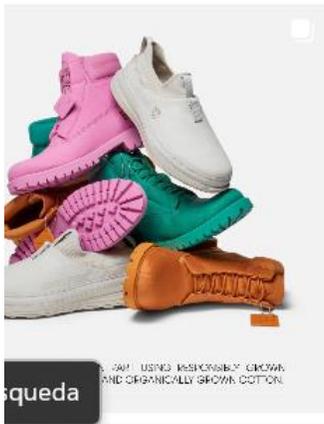
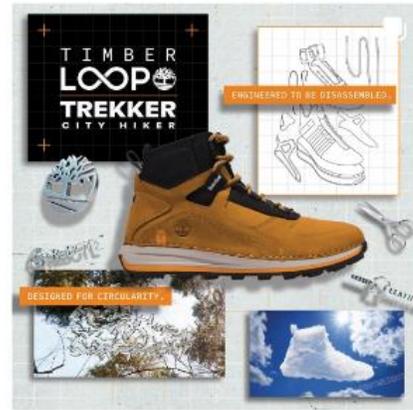




#timberloop™

105  
publicaciones

ones destacadas



# CAMPAÑA INSTAGRAM

- <https://www.instagram.com/p/CYka89UIGC1/?trk=organization-update-content-share-embed-video-share-article>





Timberland   
@Timberland · [Seguir](#)



Let the worn be reborn  

Introducing [#Timberloop™](#)

Our new circular design platform taking back worn items and giving them a new life.

Learn more: [spr.ly/6006Jh3is](https://spr.ly/6006Jh3is)



1:06 a. m. · 11 ene. 2022



# CAMPAÑA TWITTER Y YOUTUBE

- [TIMBERLOOP™ | Timberland - YouTube](#)



# CAMPAÑA PINTEREST NATURE NEEDS HEROES



Hoy

Explorar

Encuentra ideas sobre cenas fáciles, moda, etc.

Iniciar sesión

Explorar > Moda Para Mujeres > Zapatos De Mujer



Visitar

Guardar

De timberland.co.uk

## Nature Needs Heroes | Timberland

Shop Nature Needs Heroes for Nature Needs Heroes today at Timberland. The official Timberland online store. Free delivery & free returns.



Timberland\_EU

4 mil seguidores

Botas Timberland

Tratamiento De Aguas

Borregos

Impermeable

Calzas



Más información...

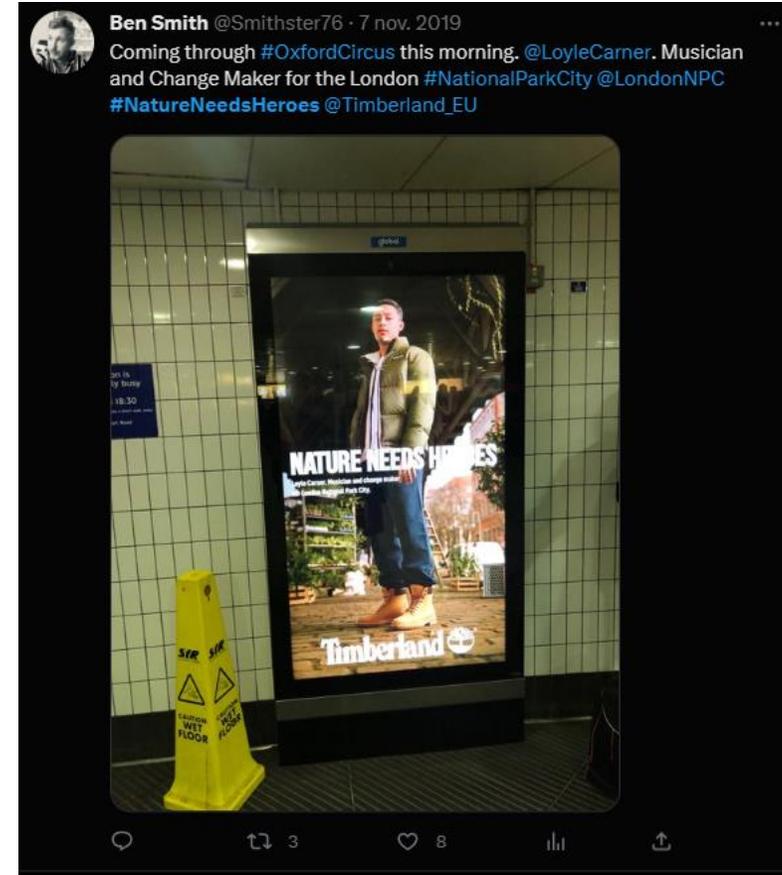
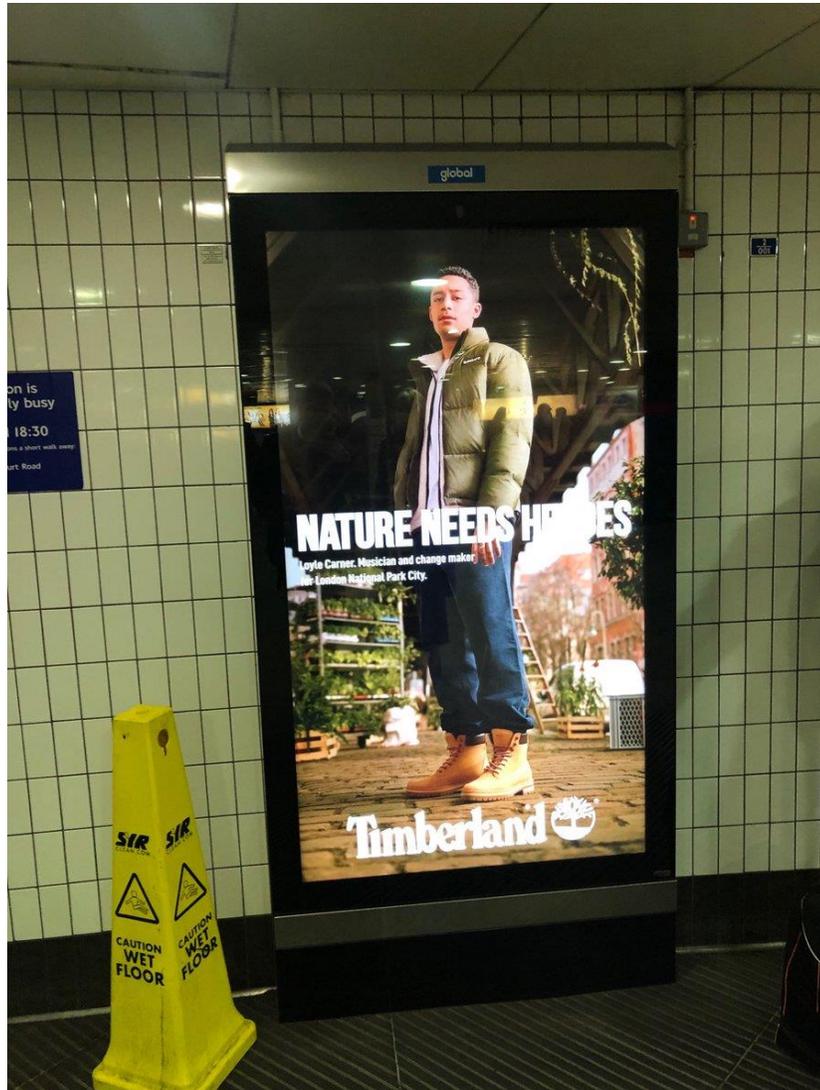
Comentarios



UNIVERSIDAD DE  
MURCIA



# NATURE NEEDS HEROES: CHANGEMAKERS



# PROYECTO ABRAHAM EMPRESA SOSTENIBLE

## ARTICULOS ATEMPORALES Y **SOSTENIBLES**

- <https://yocolaboro.proyectoabraham.org/>
- <https://www.facebook.com/elcosturerico/>



Portabocadillos bolsa  
€6,00 – €7,00

Seleccionar opciones



Bolso tubo reversible  
€29,00

Añadir al carrito



Mochila Vaquera de cuerdas  
€12,00

Añadir al carrito



# PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES

*Podemos hacer una actividad que funcione bien con medios impresos, pero necesitamos contar con los medios digitales. CON TODO LO QUE HEMOS VISTO QUE PUNTOS PODRÍAMOS SACAR INTERESANTES PARA NUESTRO DÍA A DÍA*

<https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/schweppes-nos-invita-a-cenar-a-las-ocho/> #SchweppesConLaHostelería

*ESTÁ TODO INVENTADO PERO PODEMOS identificar los puntos fuertes DE NUESTRO PRODUCTO Y SABER que PODEMOS UTILIZAR para crear NUESTRO propio anuncio en el marco del proyecto ecorresponsable.*

[EJEMPLOS DE MARCAS ESPAÑOLAS , BLOGS ODS....](#)

[Marcas de Ropa Sostenible Hecha en España ♻️ \(sostenibleosustentable.com\)](#)



# CÓMO HACER UNA CAMPAÑA RECICLAR REGALOS ECOEMBES #REBOXING

*Ecoembes quiere acabar con los regalos desafortunados de Reyes de la mano de la economía circular y la continuación de su campaña "#Reboxing".*

- <https://www.marketingdirecto.com/creacion/campanas-de-marketing/ecoembes-reyes-magia-reboxing>
- <https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1169763054305/reboxing-alternativa-sostenible-al-unboxing-propone-ecoembes.1.html>



# REGLAS DE ORO para las Redes Sociales



...



*Define tus objetivos y establece una estrategia.*



*Evalúa tus resultados constantemente.*



*Publica regularmente.*



*Permite que tu comunidad se exprese.*



*Comparte contenido útil y relevante.*



*Crea protocolos para crisis.*

CONOCE A TU CLIENTE.

SE

COMUNICATIVO Y

CRÍTICO.

EL

PROTAGONISMO ES

DEL

CONSUMIDOR.

CREA CONTENIDO

PROPIO.

INVITA A TU CONTENIDO A

VIAJAR.

TRANSPARENCIA.



# Plan de



Uso de un calendario para planificar cuando realizar la publicacion y sobre que se va a hablar es fundamental.

Semana	Día	Tema	Objetivo	Red Social			Copy (Mensaje)	Etiquetas / Hashtags	Tipo contenido				Especificaciones contenido
				FB	TW	IN			Enlace	Texto	Imagen	Video	
S1	Lunes	Nuevo servicio	Branding				Descubre nuestro nuevo canal de venta <a href="http://www.web.com">www.web.com</a>						Imagen brandeada
	Martes	Frases relacionadas	Engagement										
	Miércoles	Venta Ebook	Venta										
	Jueves	Preguntas	Conversación										
	Viernes	Promoción	Tráfico a web				Visita nuestro web y acceder a un 25% de descuento inmediatamente <a href="http://www.web.com">www.web.com</a>						Imagen con descuento destacado
	Sábado	Juegos	Entretenimiento										
	Domingo		Entretenimiento				Video de Youtube						
S2	Lunes												
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												
S3	Lunes												
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												
S4	Lunes												
	Martes												
	Miércoles												
	Jueves												
	Viernes												
	Sábado												
	Domingo												



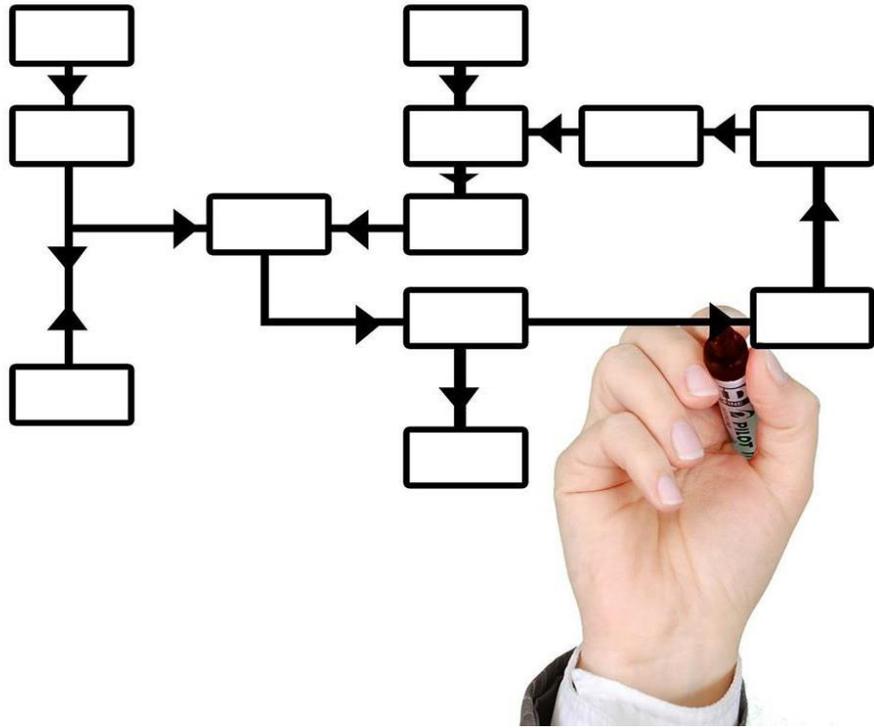
Tu principal objetivo será fomentar la participación de aquellos que ya conocen tu marca.  
Cuando ellos participen es cuando tendrás los mejores embajadores

## ¿CÓMO LO PODEMOS HACER?



- Fotografías (recientes, pasadas, antiguas, emocionales, etc.).
- Dibujos, ilustraciones y gráficos (que informen, den forma a conceptos o generen empatía).
- Vídeos (tutoriales, documentales, testimoniales, explicativos, divertidos, etc.)
- Información sobre el origen de la marca o del producto,
- Vídeo o imágenes sobre el “making off” de tu marca o producto.
- Archivos de audio y música.





# Realiza un calendario para tus publicaciones

Antes de publicar en tu página debes tener en cuenta los **mejores días y horarios** para hacerlo. Es recomendable que crees un **calendario** en el que puedas desarrollar un **plan de acción** semanal y mensual, basado en publicaciones frecuentes y organizadas que te permitan crear un ritmo



# CUANDO ESTÁS PLANIFICANDO CONTENIDO...

## ¿Cómo decidir qué vale la pena y qué no?

Todo contenido debe tener un propósito claro para tus esfuerzos de marketing.

## ¿Qué intentas conseguir?

Estos son algunos objetivos de marketing comunes:

- ✓ Aumentar la imagen de marca, dirigir el tráfico a tu sitio web.
- ✓ Aumentar las ventas y dirigir a los lectores a una pág. de inicio o un formulario que genera contactos para posibles ventas
- ✓ Mejor horario y día para publicar y en que RRSS





# Revisar que hace la competencia

SIEMPRE HAY QUE VIGILAR LO QUE HACEN OTROS.





Importante!

**NO POR ESTAR EN TODAS LAS  
REDES SOCIALES VAMOS A  
COMUNICAR MEJOR**





**IMPORTANTE SIEMPRE:**  
Analizar los resultados.



# Todos los días se aprenden cosas nuevas

iii Espero vuestros comentarios!!!

**M.<sup>a</sup> José Centenero de Arce**

@mjcente **LinkedIn**

[mariajose.centenero@um.es](mailto:mariajose.centenero@um.es)





*The End*

**MUCHAS GRACIAS**