



MANUAL DE ALIADOS **DIGITAL Y CRM**



¿QUÉ BUSCAN
LOS USUARIOS?



Que los eduquen



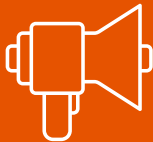
Que los informen



Que los entretengan

En redes sociales los usuarios quieren socializar, **no comprar.**

¿QUÉ BUSCAN
LAS MARCAS?



Presencia
de marca



Comunicación
e interacción



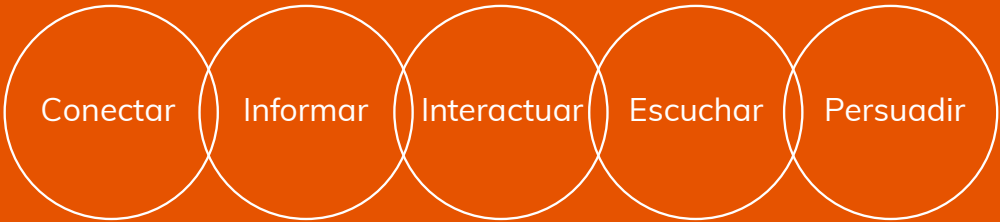
Generar
contenido
de valor



Sentimiento
positivo
en los fans

Esto se genera a través de los pilares de comunicación
que maneja la marca, dando el porcentaje correspondiente
a cada uno para su efectiva aceptación en la comunidad.

POR LO TANTO
BUSCAMOS



ARKADIA
CENTRO COMERCIAL

FORMATO Y ESTRUCTURA DEL POST



Forma:
Características visuales con las medidas adecuadas para las publicaciones de forma efectiva en la plataforma.



Fondo:
Lo que la marca puede proporcionar al usuario por medio de distintos formatos (foto, gif, video, 360 °) y pilares de comunicación: informar, educar o entretener.

ESTRUCTURA DEL POST

Forma



800 px

800 px

- PNG 24 (save for web).
- RGB.
- No debe llevar el logo de Arkadia en temas informativos.
- Debería llevar el logo cuando sean actividades y sea el centro comercial quien genere la dinámica.

CARACTERÍSTICAS CREATIVAS DE PUBLICACIONES



Educar

- Tips
- Tutoriales
- Datos curiosos
- ¿Sabías qué?
- Recomendaciones



Informar

- Artículos con detalles de la promoción
- Share desde la página que publica
- Publicación con texto optimizado
- Beneficios al adquirir la promoción



Entretener

- Tips
- Tutoriales
- Datos curiosos
- ¿Sabías qué?
- Recomendaciones
- Juegos
- Encuestas



Interactuar

- Juegos
- Dinámicas
- Trivias
- Encuestas
- Adivinanzas

Publicaciones con dinámicas

¿Qué logramos?

- Aumentar la visibilidad de marca.
- Mayor interacción.
- Promover nuestro producto / servicio.
- Crear una base de datos.
- Fortalecer la imagen de marca.
- Medir el impacto de nuestras iniciativas.
- Atraer más clientes a nuestra tienda.



Copy: Muéstranos una forma diferente de hacer ejercicio y participa por una membresía gratis durante 2 meses para entrenar en el Smart Fit de #ArkadiaCC. Acompaña tu publicación con el hashtag #RetoSmartfit y etiqueta a @ArkadiaCC.

Publicaciones informativas

¿Qué logramos?

- Aumentar la visibilidad de marca.
- Mayor interacción.
- Promover nuestro producto / servicio.
- Atraer más clientes a nuestra tienda.
- Generar credibilidad.
- Proporcionar datos de relevancia al usuario que impactan de manera positiva.
- Posicionarnos como expertos en nuestro producto / servicio.



Copy: Los descuentos llegaron a #ArkadiaCC, aprovecha esta y muchas promociones más en marcas de ropa. Te esperamos, tu armario te lo agradecerá.

Publicaciones con trivias

¿Qué logramos?

- Aumentar la visibilidad de marca.
- Mayor interacción.
- Promover nuestro producto / servicio.
- Crear una base de datos.
- Fortalecer la imagen de marca.
- Atraer más clientes a nuestra tienda.
- Generar credibilidad.
- Proporcionar datos de relevancia al usuario que impactan de manera positiva.



Copy: ¡Contesta esta pregunta en los comentarios de esta publicación! Las primeras dos personas en responder correctamente recibirán un bono en hamburguesas El Corral de #ArkadiaCC por \$60.000.

Publicaciones con encuestas

¿Qué logramos?

- Aumentar visibilidad de marca.
- Mayor interacción.
- Promover nuestro producto / servicio.
- Fortalecer la imagen de marca.
- Proporcionar datos de relevancia al usuario que impactan de manera positiva.
- Atraer más clientes a nuestra tienda.
- Generar credibilidad.
- Nos posicionamos como una marca que se preocupa por la opinión de sus clientes.

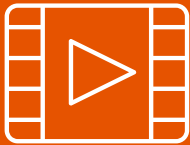
Formatos recomendados



Fotografía



Animación gif



Video

Publicaciones de apoyo para aliados comerciales



Semanalmente se publicará un aliado, este selección se hará en orden de ingreso.

Es necesario incluir una propuesta de copy redactado en tercera persona.

Se debe enviar al área de mercadeo con 3 días hábiles de antelación para ser publicada.



En Facebook se publicarán imágenes de marca, estilo de vida y oferta.



Las ofertas o promociones se comunicarán en las historias, sobre una plantilla establecida. Cada aliado podrá salir dos veces al mes, según disponibilidad y fecha de entrega.

Mailing para aliados comerciales



Requerimientos para envío:

Medidas arte: 650 pixeles de ancho x 1000 pixeles de largo.

Asunto: es importante indicar el asunto del mailing, ya que de esa manera los invitados podrán verificar de antemano la información que el aliado quiere resaltar.

Grupo objetivo: especificar a qué grupo de personas desea llegar. Por ejemplo: mujer, hombre, municipio, edad, etc.



ARKADIA
CENTRO COMERCIAL



Síguenos en nuestras redes
para comenzar a vivir y a **compartir**
momentos espectaculares.

   @arkadiacc