

Seleccionar una empresa y
diligenciar los siguientes
formatos

Plantilla para pensar el concepto de un podcast

Esta plantilla es una herramienta para diseñar el concepto de un podcast rápidamente. La idea es sentarse a pensar en las características del show que estás a punto de crear.



Objetivo: Pensar en podcast potenciales.
Resultado: Lineamientos básicos para producir el podcast.

Mi podcast sobre _____
Tema o problema

ayuda a _____
El segmento al que le hablarán

que quieren _____
¿Qué logran sus episodios?

por medio de _____
¿Cómo? (historias, entrevistas...) *Tono*

que _____
Verbo (facilita, reduce, enseña) *¿Qué gana el oyente?*

y _____
Verbo (entretiene, educa, tarea) *¿Qué gana el oyente?*

a diferencia de _____
(Otras alternativas para suplir la necesidad de nuestro segmento)

Check-list para publicar tu podcast

Show

- ☐ Título del podcast
- ☐ Descripción del show
- ☐ Carátula para aplicaciones
3000x3000 pixeles
- ☐ Al menos un audio
(tráiler o primer episodio)

Episodio

- ☐ MP3
- ☐ Título del episodio
- ☐ Notas del episodio
- ☐ Imagen
(opcional)

Complementos

- Imágenes
- Mensajes para redes



La IDEA

Qué: Tema o problema que vamos a solucionar

Para Quién: Público Objetivo

Cómo: Entrevistas Editadas, Documentales, Testimoniales e Informes Especiales.

Mi podcast sobre: Creadores de Internet
ayuda a: personas buscando explorar nuevos campos profesionales
que quieren: inspirarse escuchando ejemplos concretos sobre personas que triunfaron
por medio de: entrevistas íntimas
que: inspiren, eduquen, informan y den herramientas
a diferencia de: Canales de YouTube, portales web y redes sociales.

Mi podcast sobre: Transformación digital para los negocios

ayuda a: emprendedores interesados en encontrar nuevos clientes a través de la Internet

que quieren: inspirarse escuchando ejemplos concretos sobre los recursos más avanzados para mantener su empresa en la vanguardia digital

por medio de: entrevistas íntimas con expertos y reportes actualizados

que: inspiren, entretengan, informen y eduquen

a diferencia de: Canales de YouTube, portales web y redes sociales.



Crea públicos basados en los datos que tiene disponible Facebook: intereses, datos demográficos, comportamientos, entre otros.

Ejemplo: Mujeres entre los 30 y 55 años, casadas y con hijos, con título universitario, que trabajen en el rubro de ventas y les interese los bienes raíces.

Nombre del público

Necesidad

¿Qué necesidad tiene el público objetivo que tu producto o servicio puede satisfacer?

Datos demográficos

Describe tu público objetivo por edad, sexo, ingresos del hogar, educación u ocupación, y lugar.



Intereses

Describe qué les interesa habitualmente a tus posibles clientes.

Comportamientos

Describe los comportamientos habituales de tu público objetivo.

Diseñadores de jardines

Necesidad

Rediseñar o repoblar un jardín

Datos demográficos

- Edad: 35-54 años
- Sexo: cualquiera
- Ingresos del hogar: +175.000 USD
- Ocupación: profesionales
- Educación: universidad



Intereses

- Plantas nativas
- Diseño moderno
- Jardinería

Comportamientos

- Acaban de comprarse una casa
- Disfrutan de mirar programas de reformas en el hogar
- Leen revistas de arquitectura y diseño
- Les gusta fijar fotos de diseño
- Exploran sitios web relacionados con el diseño

NOMBRE DEL PÚBLICO OBJETIVO

NECESIDAD DEL PÚBLICO OBJETIVO

DATOS DEMOGRÁFICOS

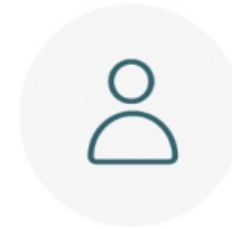
Edad: _____

Sexo: _____

Ingresos del hogar: _____

Educación u ocupación: _____

Lugar: _____



INTERESES

COMPORTAMIENTOS

Describe el recorrido del cliente

Completa los campos en blanco a continuación mientras analizas el material en la pantalla.

Preguntas	Ejemplos
○ 1. RECONOCIMIENTO Cuándo _____ _____ _____ Cómo _____ _____ _____	 ¿En qué momento el cliente estará más receptivo para conocer un producto como el que ofrezco? ¿Cómo podría el cliente conocer mi empresa y sus productos?
○ 2. CONSIDERACIÓN Cuándo _____ _____ _____ Cómo _____ _____ _____	 ¿En qué momento los clientes estarán listos para obtener más información sobre mis productos? ¿Cómo encontrarán los clientes información sobre mis productos una vez que estén listos?
○ 3. CONVERSIÓN Cuándo _____ _____ _____ Cómo _____ _____ _____	 ¿En qué momento el cliente estará listo para hacer una compra? ¿Cómo puedo convencer al cliente para que compre mi producto?

Campaña de publicidad Empresa de Joyas Mangata & Gallo

Reconocimiento

Cuándo: principios de enero

Cómo: fotos y videos de los anillos de Mangata & Gallo con temática de San Valentín en Instagram

Consideración

Cuándo: mediados de enero

Cómo: testimonios de clientes y anillos de compromiso de diferentes estilos con temática de San Valentín.

Conversión

Cuándo: finales de enero (de modo que haya tiempo de ajustar el tamaño de los anillos y gestionar el envío)

Cómo: descuento especial del 10% y envío gratuito para todos los anillos de compromiso

Jóvenes profesionales que buscan un estilo atrevido

Necesidad

Un color de pelo llamativo y audaz

Datos demográficos

- Edad: 23-35 años
- Sexo: mujeres
- Ingresos del hogar: +40.000 USD
- Ocupación: profesionales



Intereses

- Moda
- Tendencias sobre uñas y moda
- Estilo de los famosos

Comportamientos

- Leen revistas de moda
- Siguen cuentas de Instagram relacionadas con la moda
- Compran en pequeñas boutiques

HISTORIA SOBRE LA CREACIÓN

Adriano



En 2010, Adriano visitó Nápoles, su ciudad de origen en Italia, donde su hermano trabajaba como chef. Adriano se quejaba porque no había probado ningún buen plato de comida estilo napolitano desde que se mudó a los Estados Unidos. Los hermanos comenzaron a acariciar la idea de combinar las recetas de su madre, la experiencia gastronómica de Mario y el instinto natural de Adriano para la organización y el marketing y abrir un restaurante. Incluso elaboraron una lista con los platos que incluirían en el menú.

Durante la próxima visita de Mario a los Estados Unidos, ambos decidieron probar las recetas en la cocina de Adriano. Las compartieron con amigos y recibieron comentarios muy favorables. Al día siguiente, emprendieron la búsqueda de un establecimiento. Estaban convencidos de que un restaurante que sirviera platos mediterráneos caseros tradicionales en un ambiente relajado podría prosperar. Llamaron al restaurante Little Lemon en honor a un limonero que hay frente a la casa de su madre, que cada año sin fallar proporciona pequeños y deliciosos limones.



Pregúntate lo siguiente para describir cómo comenzó tu negocio:

- ¿Cuándo lo iniciaste?
- ¿Qué problema querías abordar?
- ¿Cómo solucionas ese problema ahora?

También puede ser útil asociar algunas imágenes a tu historia.

HISTORIA SOBRE LA CREACIÓN

Nombre 

Historia

Imagen

Imagen

Imagen

Imagen

Pregúntate lo siguiente para describir cómo comenzó tu negocio:

- ¿Cuándo lo iniciaste?
- ¿Qué problema querías abordar?
- ¿Cómo solucionas ese problema ahora?

También puede ser útil asociar algunas imágenes a tu historia.

A QUÉ TE DEDICAS Y POR QUÉ

Adriano



Hola, somos Little Lemon . Nuestro restaurante
NOMBRE DEL NEGOCIO TIPO DE EMPRESA
se encuentra en Chicago y ofrecemos
CIUDAD O PAÍS
auténtica comida mediterránea . Nos encanta Nápoles
TIPO DE BIENES O SERVICIOS ENUMERA TRES COSAS
el café expreso y el ciclismo y nos
ENUMERA TRES COSAS
importa mucho la felicidad el bienestar la amistad
VALOR DE LA MARCA VALOR DE LA MARCA VALOR DE LA MARCA
la autenticidad la tradición el servicio personal .
VALOR DE LA MARCA VALOR DE LA MARCA VALOR DE LA MARCA

A QUÉ TE DEDICAS Y POR QUÉ

Nombre



Hola, somos _____ . Nuestro _____

NOMBRE DEL NEGOCIO

TIPO DE EMPRESA

se encuentra en _____ y ofrecemos

CIUDAD O PAÍS

_____. Nos encanta _____

TIPO DE BIENES O SERVICIOS

ENUMERA TRES COSAS

_____ y nos

ENUMERA TRES COSAS

importa mucho _____

VALOR DE LA MARCA

VALOR DE LA MARCA

VALOR DE LA MARCA

_____ .

VALOR DE LA MARCA

VALOR DE LA MARCA

VALOR DE LA MARCA

Adriano



LITTLE LEMON

#495E57

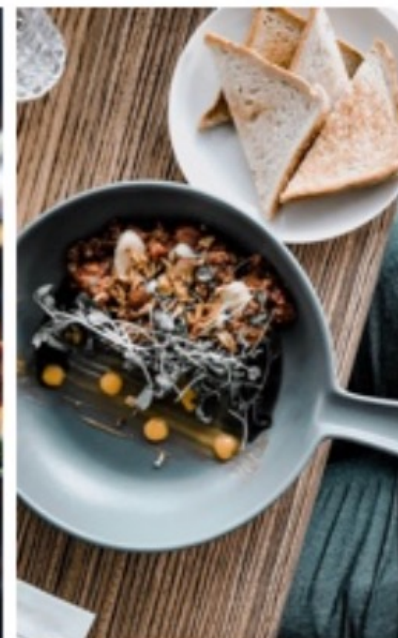
#F4CE14

#EE9972

#FBDABB

#EDEFEE

#333333



Nombre



Logotipo

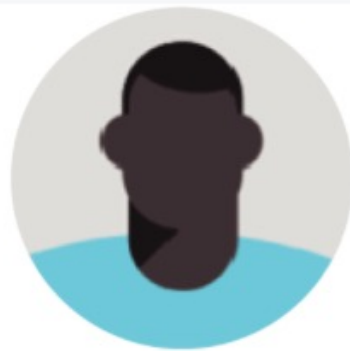
Imagen

Color

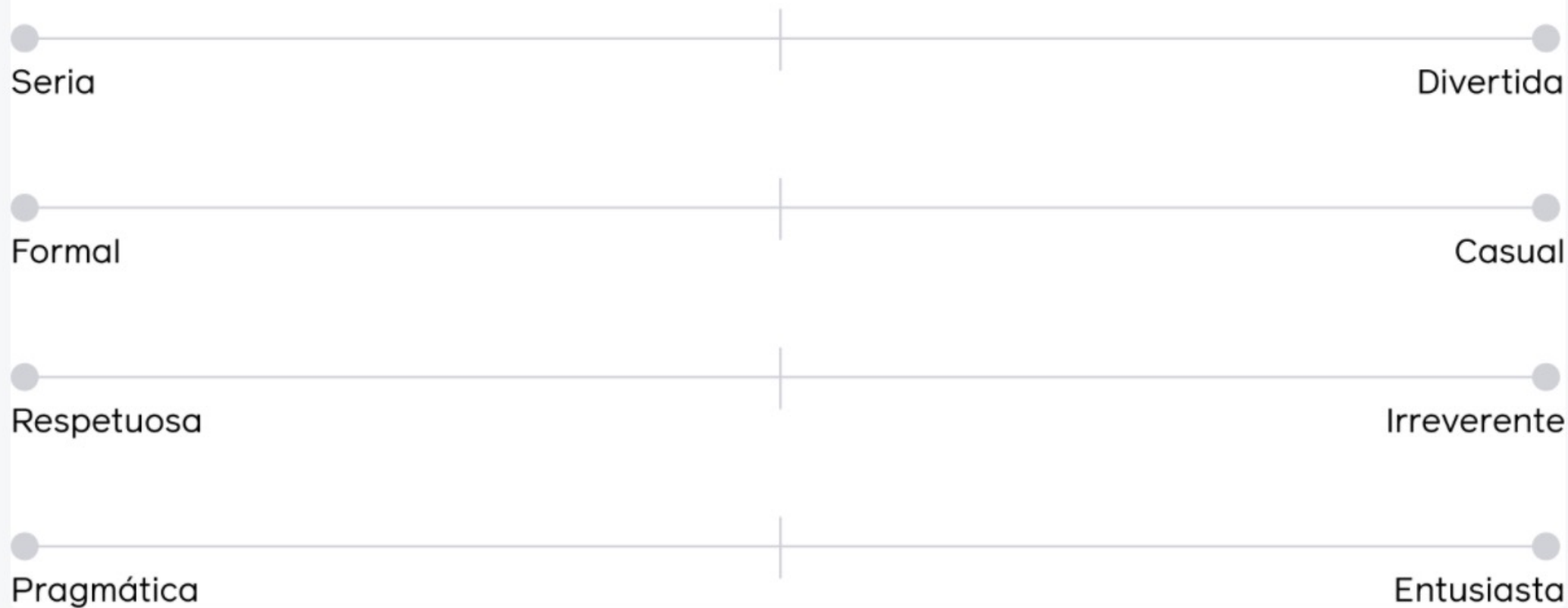


MI MARCA ES:





MI MARCA ES:



Atraer

Estas son algunas formas de atraer al público:

- ☒ Comparte la historia sobre cómo empezó tu negocio.
- ☐ Muestra cómo retribuyes a la comunidad.
- ☐ Guía a las personas por un recorrido virtual del negocio con fotos o videos.

Informar

Estas son algunas formas de crear publicaciones informativas:

- ☒ Explica por qué tu producto o servicio es diferente o especial.
- ☐ Muestra a las personas el "detrás de escena" de la tienda o el negocio.
- ☐ Muestra a las personas cómo se usa tu producto o servicio.

Entusiasmar

Estas son algunas formas de crear publicaciones motivadoras:

- ☐ Anuncia un nuevo producto o servicio.
- ☐ Comparte promociones u ofertas actuales o futuras.
- ☐ Participa en temas que sean relevantes para tu comunidad.

Cuenta una historia a través del texto

Todos los platos de Little Lemon se basan en recetas que se transmiten de una generación a otra en nuestra familia.

Una comida saludable tiene como base deliciosas verduras. Nuestra cocina usa ingredientes 100% orgánicos de producción local.

Comparte contenido mediante una variedad de formatos



Calendario de contenido de Lucky Shrub

Karen



FECHA	TEMA	PIE DE FOTO O VIDEO	DESCRIPCIÓN VISUAL	FORMATO	PLATAFORMA
1 de mayo de 2020	Plantas de temporada	Aporta color a tu jardín o adopta una nueva planta de interior. Explora nuestra selección de flores más reciente y haz un pedido antes de las 9:00 para recibirlo el mismo día.	Foto de un padre y su hija regando las plantas	Foto	Facebook e Instagram
4 de mayo de 2020	Nuevos productos	No hay nada mejor que un ramo de flores frescas. ¡Envíanos un mensaje y recibe el tuyo hoy mismo!	Foto de una mujer armando un ramo	Foto	Instagram
6 de mayo de 2020	Historias de clientes	¡Gracias por tu comentario, Laura! "Karen transformó mi jardín en un espacio encantador. Muchas gracias".	Foto del jardín de un cliente	Foto	Facebook e Instagram

Calendario de contenido de Lucky Shrub

Karen



FECHA	TEMA	PIE DE FOTO O VIDEO	DESCRIPCIÓN VISUAL	FORMATO	PLATAFORMA
1 de mayo de 2020					
4 de mayo de 2020					
6 de mayo de 2020					

