



NELSON PERNIA
BARBERO INTEGRAL



PROYECTO

DE COMMUNITY MANAGEMENT

Edgar Alfonso Padrón Centeno

Coderhouse 2024

Barbero Integral es una nueva propuesta que nace de la inquietud de Nelson Pernía, por ofrecer un servicio premium de barbería, con elegancia y estilo y calidad.

ÍNDICE

- Pág. 3 - Sobre Mí
- Pág. 5 - Análisis de Situación
- Pág. 6 - Auditoría de Medios Sociales
- Pág. 8 - Arquetipo de Cliente
- Pág. 11 - Análisis FODA
- Pág. 13 - Análisis de la Competencia
- Pág. 15 - Análisis de Producto
- Pág. 17 - Objetivos SMART
- Pág. 19 - Propuestas Estrategia de Contenidos
- Pág. 21 - Calendario de Contenidos Facebook
- Pág. 22 - Mockup para Facebook
- Pág. 24 - Calendario de Contenidos Instagram
- Pág. 25 - Mockup para Instagram
- Pág. 27 - Calendario de Contenidos Tik Tok
- Pág. 29 - Calendario de Contenidos X
- Pág. 31 - Calendario de Contenidos LinkedIn
- Pág. 33 - Estructura de Anuncios en Instagram y Facebook
- Pág. 36 - Mockup Campaña #1
- Pág. 38 - Estructura de Campaña en Búsqueda Google Ads
- Pág. 41 - Mockup Google Ads #1
- Pág. 42 - Mockup Google Ads #2
- Pág. 44 - Propuestas Digitales
- Pág. 45 - Mockup Propuesta Digital #1
- Pág. 46 - Mockup Propuesta Digital #2
- Pág. 47 - Agradecimiento
- Pág. 48 - Redes Sociales del Autor





SOBRE MÍ



Nelson Pernía es un barbero venezolano con más de treinta y dos años de experiencia en el rubro, cuyo trabajo abarca diferentes tendencias de corte antiguos y modernos.

En su llegada a Chile, en 2017, Nelson desarrolla su propio estilo de barbería integral, con la inclusión de un servicio tipo spa, donde los caballeros pueden realizarse masajes, hacerse las manos, tratamiento de barba y skin care.

En 2024 se proyecta el lanzamiento de su nueva barbería, luego de haberse desempeñado hasta la fecha de forma dependiente.



BRIEF



ETAPA 1 ANÁLISIS DE SITUACIÓN

DEFINICIÓN DEL PROYECTO



5

Cliente:	<i>Nelson Pernía Barbero Integral</i>
Actividad:	Servicio de Barbería/Peluquería.
Ubicación:	Offline. Tienda física propia por establecer.
Características del Producto/Servicio:	El servicio de barbería integral de Nelson Pernía ofrece la experiencia tradicional de corte y afeitado con técnicas de las escuelas americanas e inglesa. También se ofrece servicio tipo SPA, con tratamiento de barba y skin care.

CONSUMIDORES

Edad:	Hombres adultos, de 18 a 80 años.
Sexo:	Masculino.
Lugar Geográfico:	Santiago, Región Metropolitana. Chile
Costumbres/Intereses:	Cuidado personal, Atención personalizada, Grata experiencia y estilo.
Foco del negocio:	BtoC

COMPETENCIA

Directa:	Barbería Mensaloon. (Barbería Integral). mensaloon.cl
Indirecta:	La Barbería. (sólo afeitado). labarberia.cl

ETAPA 2

AUDITORÍA DE MEDIOS SOCIALES

CANALES

¿Qué canales tiene?	Instagram y WhatsApp Business.
¿Qué contenido pública en sus canales? Tono, estilo y recursos que utiliza	Fotografías de los clientes recibiendo el servicio.



6

INDICADORES

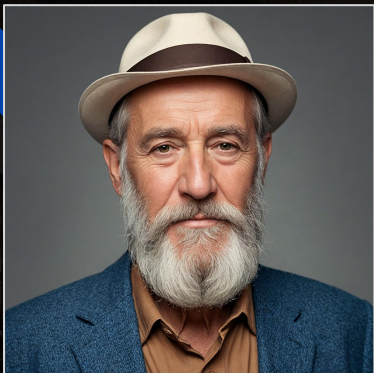
Cantidad de seguidores	421
Likes, comentarios o compartidos mensualmente	En promedio 5 likes, sin comentarios ni compartidos.
¿Qué tipo de comentarios recibe? ¿Cuánto tarda en responder y cómo lo hace?	Sin interacciones por parte de la audiencia.

COMPETIDORES

¿Qué canales utiliza?	Sitio Web/Instagram/Facebook/WhatsApp
¿Cuáles son los temas en su agenda de contenidos?	Nuevas tendencias, Tipos de Cortes, Promociones, Venta de Insumos de Barbería.
¿Cuál es su tono, estilo y qué recursos utiliza?	Un tono amigable, muy cercano al cliente.
¿Qué formato de publicación comparte?	Bastante sencillas pero al grano.



ARQUETIPO DE CLIENTE



DIEGO POBLETE

- **Edad:** 62.
- **Residencia:** Santiago, Las Condes.
- **Ocupación:** Ingeniero Mecánico.
- **Nivel Educativo:** Universitario/Magister.
- **Estado Civil:** Casado.
- **Modalidad Laboral:** Relación de dependencia.
- **Nivel socioeconómico:** medio/alto.

Preferencias y Hábitos

- **Pasatiempo:** Diego es un apasionado de los vehículos a motor, le encantan las carreras y ha viajado por el mundo para verlas.
- **Costumbres:** Juntarse con sus amigos y viajar al sur de Chile.
- **Contenido digital que consume:** blogs sobre vehículos, newsletters de sus compañías preferidas.
- **Temas sociales que le interesan:** Educación, Infraestructura.
- **Qué busca en una marca o empresa:** Modernidad.

Hábitos Sociales

- **Qué redes y sitios usa:** Instagram / Facebook y WhatsApp.
- **Con qué frecuencia:** Diariamente.
- **Cómo participa:** Comenta posts de interés y da Likes.
- **Qué cuentas o influencers sigue:** Noticias de tecnología, Automóviles, Vestimenta, fan de Federico Sánchez.
- **¿Le interesa el comercio electrónico? ¿Cómo consume?** Totalmente. Desde el pago de sus cuentas hasta la compra de comida, ropa y electrónicos.

Factores Psicológicos

- **¿Qué busca en un producto/servicio digital?** Innovación de procedimientos y originalidad en las propuestas.
- **¿Qué sentimientos desea sentir?** Confianza y emoción.
- **¿Qué tipo de experiencias evita o no le interesan en internet o redes sociales?** Noticias del país o ver/replicar comentarios negativos.
- **Valores:** Responsabilidad, Honestidad, Paciencia.
- **Miedos:** Ser estafado, la delincuencia.
- **Deseos:** Paz, tranquilidad y serenidad.





CARLOS SANHUEZA

- **Edad:** 35.
- **Residencia:** Santiago, La Reina.
- **Ocupación:** Psicólogo.
- **Nivel Educativo:** Universitario.
- **Estado Civil:** Soltero.
- **Modalidad Laboral:** Relación de dependencia.
- **Nivel socioeconómico:** medio/alto.

Preferencias y Hábitos

- **Pasatiempo:** Le gusta carretear con sus amigos, y la cultura, sale mucho a eventos y conciertos.
- **Costumbres:** Ir al cine y trotar.
- **Contenido digital que consume:** Instagram y Newsletters.
- **Temas sociales que le interesan:** Empleabilidad, impacto de la psicología en el ámbito laboral.
- **Qué busca en una marca o empresa:** que pueda obtener sus productos rápida y efectivamente.

Hábitos Sociales

- **Qué redes y sitios usa:** Instagram / Facebook y WhatsApp.
- **Con qué frecuencia:** Diariamente.
- **Cómo participa:** Comenta posts de interés y da Likes.
- **Qué cuentas o influencers sigue:** Influencers del rubro de la psicología, deportes, computación, bandas musicales, viajes.
- **¿Le interesa el comercio electrónico? ¿Cómo consume?**
Carlos usa el e-commerce para comprar productos en el extranjero para su uso personal, y para comprar productos locales rápidamente.

Factores Psicológicos

- **¿Qué busca en un producto/servicio digital?** Experiencias que desconoce, probar innovaciones.
- **¿Qué sentimientos desea sentir?** Soluciones y confort.
- **¿Qué tipo de experiencias evita o no le interesan en internet o redes sociales?** Exponerse a sí mismo en matrices de opinión.
- **Valores:** Familia, Seguridad y ética de vida.
- **Miedos:** No alcanzar sus metas profesionales.
- **Deseos:** Satisfacción de lograr lo que desea.





ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- * Personal altamente capacitado en todas las áreas.
- * Fácil y conveniente agendamiento de citas.
- * Ubicación privilegiada para los clientes.
- * Excelente relación calidad-precio.

OPORTUNIDADES

- * Venta de productos/insumos de barbería.
- * Formación de nuevos talentos y emplearlos.
- * Nuevas tendencias en el rubro de barbería.
- * Ofrecer servicios extra: café, snacks, T.V.

DEBILIDADES

- * Baja interacción en redes con potenciales clientes.
- * Falta de métodos de pago digitales.
- * No cuenta con sitio web para mayor información.
- * Sin habilidades de atención al cliente.

AMENAZAS

- * Modelo creciente de barberías en el sector.
- * Proliferación de barberos informales.
- * Diversas fluctuaciones económicas en el país.
- * Bajos precios de la competencia.



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

ANÁLISIS DE COMPETENCIA



13

Nº	Factor	Nosotros	MENSALOON BEARD & HAIRCUTS	LA BARBERIA
1	Productos	Nelson Pernía ofrece un servicio integral de barbería, basado en una grata experiencia tipo spa, donde se realiza tratamiento de barba con toallas calientes desechables, manos y skin care.	Es una barbería estilo clásico "Sólo para Hombres" para el verdadero caballero. Además, los clientes también pueden tener un afeitado de lujo con toallas calientes y navaja.	Ofrece cuidado integral masculino con servicio excelente arraigado en tradiciones antiguas, en un ambiente único de barbería clásica. Amplio catálogo disponible.
2	Precio	Medio/Alto	Alto	Alto
3	Calidad	Alta	Alta	Alta
4	Servicio	Excelente	Bueno	Bueno
5	Reputación de la Compañía	Muy buena	Muy buena	Muy buena
6	Ubicación	Freelance. Pronto a aperturar nuevo local.	Una sucursal física, céntrica.	Cuatro sucursales físicas, lugares céntricos.
7	Método de Ventas	Tradicionales	Tradicionales/Digitales	Tradicionales/Digitales
8	Publicidad	Ninguna.	Sitio Web/Redes Sociales.	Sitio Web/Redes Sociales.



ANÁLISIS DE PRODUCTO



SERVICIO	
MERCADO	Hombres adultos, desde los 18 hasta los 80 años que valoran tanto el cuidado estético como la experiencia de bienestar y relajación en un entorno de alta calidad.
NECESIDADES	Destinado para aquellos caballeros que buscan mantener un estilo impecable en sus cabellos, barbas y manos, preocupándose por su apariencia y deseando estar siempre bien arreglados.
RIESGOS	<ol style="list-style-type: none">1.- Pérdida de clientes frente a competidores que ofrecen servicios similares pero con mejores precios o calidad.2.- Posibles reacciones alérgicas, irritaciones en la piel debido al uso de productos químicos.3.- Lesiones durante el corte de pelo o afeitado, como cortes o quemaduras por herramientas calientes.4.- Interrupciones en el servicio debido a problemas técnicos con equipos o instalaciones.
SOLUCIONES	<ol style="list-style-type: none">1.- Nos diferenciamos de la competencia a través de la calidad del servicio, experiencia del cliente e innovación en servicios adicionales.2.- Nos mantenemos informados sobre las normativas locales y nos aseguramos de cumplir con todas las regulaciones de salud e higiene.3.- Mantenemos altos estándares de servicio al cliente y resolvemos rápidamente cualquier problema o queja.4.- Implementamos planes de contingencia para abordar interrupciones en el servicio, como la disponibilidad de equipos de respaldo o soluciones rápidas para problemas técnicos.



OBJETIVOS SMART

OBJETIVOS SMART



17

OBJETIVO #1

Aumentar a 2000 los seguidores de Instagram (421 actualmente) en un plazo de tres meses.
Esto lo lograremos mediante la creación de contenido que invite a las personas a conocer nuestro negocio, su visión, su cultura y servicio.

OBJETIVO #2

Incrementar un 20% el número de citas mensuales (46 actualmente) a través de Instagram y Facebook en un plazo de dos meses.

Para lograr este objetivo podemos ofrecer descuentos exclusivos para las personas que hagan reservas a través de Instagram y Facebook, y así de esta forma aumentaremos la tasa de ocupación de la barbería y por ende, un aumento de las ventas.

OBJETIVO #3

Aumentar en un 25% el engagement (compromiso) de Instagram y Facebook en los próximos tres meses.

Buscaremos incrementar el número de interacciones de nuestro público meta publicando contenido relevante y de alta calidad de nuestra barbería y clientes, para así fomentar una comunidad leal y participativa.



ESTRATEGIA DE CONTENIDO

PROPUESTAS ESTRATEGIA DE CONTENIDOS



Marketing 50%	1	En Instagram : PROMOCIÓN DE ENTRADA. Haremos una primera promoción 2x1, para que los clientes que nos conocen lleven a una persona y obtengan un corte que les permita conocernos y fidelizarse.
	2	En Facebook : PRECIO DE INAUGURACIÓN. El primer mes haremos precio especial para nuestros clientes, mientras conocen nuestra nueva ubicación, local y personal.
	3	En Instagram : TÓMATE UN CAFÉ CON NOSOTROS. De lanzamiento invitaremos un café a los clientes que lo deseen, para así promocionar los servicios extra adheridos a nuestra barbería.
Community 35%	1	En Instagram : ANTES Y DESPUÉS. Mostraremos fotos de nuestros mejores cortes, como llegan los clientes y como luego se retiran con el corte hecho.
	2	En Instagram : TIPS DE CUIDADO PERSONAL. Cómo pueden nuestros clientes mantener los cortes de cabello o barba en casa, e información sobre el uso de productos para la piel o cabello.
	3	En Facebook : DETRÁS DE CÁMARA. De esta forma podemos mostrar cómo se realiza el proceso de corte, el día a día en la tienda y como interactuamos con nuestros clientes.
Institucional 15%	1	En Instagram : PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO. Haremos una primera publicación del negocio, mostrando algunas fotos del local y su ubicación, para mostrar a los nuevos clientes nuestro negocio y donde pueden ubicarnos.
	2	En Instagram : HISTORIA DEL NEGOCIO. Hablaremos sobre nuestros orígenes y un breve relato de cómo la barbería llegó a ser lo que es.
	3	En Facebook : NUESTRO EQUIPO. Daremos a conocer a nuestro personal, las áreas de trabajo que desempeñan y el servicio que prestan.



CONTENIDO PARA FACEBOOK

CALENDARIO DE CONTENIDOS FACEBOOK



21

FECHA	HORA	CATEGORÍA DE CONTENIDO			OBJETIVO	TEMÁTICA	RECURSO MULTIMEDIA	CONTENIDO VISUAL Y FORMATO		COPY / REDACCIÓN / PIE DE PUBLICACIÓN	LLAMADA A LA ACCIÓN / CTA
		MK	CM	IN				FEED	HISTORIAS		
LUN	19 HRS	-	OK	-	INFORMAR A NUESTROS CLIENTES SOBRE EL LANZAMIENTO DE LA NUEVA UBICACIÓN FÍSICA DE NELSON PERNÍA BARBERO INTEGRAL.	LANZAMIENTO DE NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL.	PUBLICACIÓN	POST EN EL MURO DE FACEBOOK QUE CONTenga NUESTRA DIRECCIÓN Y LA INAUGURACIÓN DE LA NUEVA TIENDA.		¡SOMOS NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL! TE INVITAMOS A VISITAR NUESTRAS NUEVAS INSTALACIONES, CON EL MEJOR EQUIPO Y EL MEJOR SERVICIO. ¡TE ESPERAMOS!	LINK QUE LLEVE AL WHATSAPP DE LA BARBERÍA.
MIE	17 HRS	OK	-	-	PROMOCIÓN DE ENTRADA 2X1 PARA QUE LOS CLIENTES QUE NOS CONOCEN TRAIGAN NUEVOS CLIENTES.	PROMO 2X1	HISTORIA		HISTORIA CON LA INFORMACIÓN SOBRE NUESTRA UBICACIÓN Y LA PROMOCIÓN PARA UN ACOMPAÑANTE DE NUESTROS CLIENTES.	¿YA TE HAS CORTADO EL CABELLO CON NOSOTROS? TRAE A UN AMIGO Y LE REGALAMOS EL CORTE.	BOTÓN AL SITIO WEB PREPARADO PARA RECIBIR CITAS DE LOS CLIENTES.
VIE	18 HRS	-	-	OK	DAR A CONOCER EL EQUIPO QUE CONFORMA BARBERÍA INTEGRAL NELSON PERNÍA Y NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN.	NUESTRA BARBERÍA	CARRUSEL DE FOTOS CON TEXTO	CARRUSEL DE FOTOS CON NUESTROS BARBEROS Y EL MAESTRO NELSON PERNÍA HABLÁNDONOS SOBRE CÓMO INICIÓ EL PROYECTO BARBERO INTEGRAL.		¿CONOCES A NELSON PERNÍA? TE INVITAMOS A CONOCER NUESTRO EQUIPO Y A NUESTRO BARBERO PRINCIPAL, PARA QUE NOS CUENTE SOBRE CÓMO EMPEZÓ ESTE PROYECTO.	LINK QUE LLEVE A LA SECCIÓN "QUIENES SOMOS" DEL SITIO WEB.

MOCKUP PARA FACEBOOK





CONTENIDO PARA INSTAGRAM

CALENDARIO DE CONTENIDOS INSTAGRAM



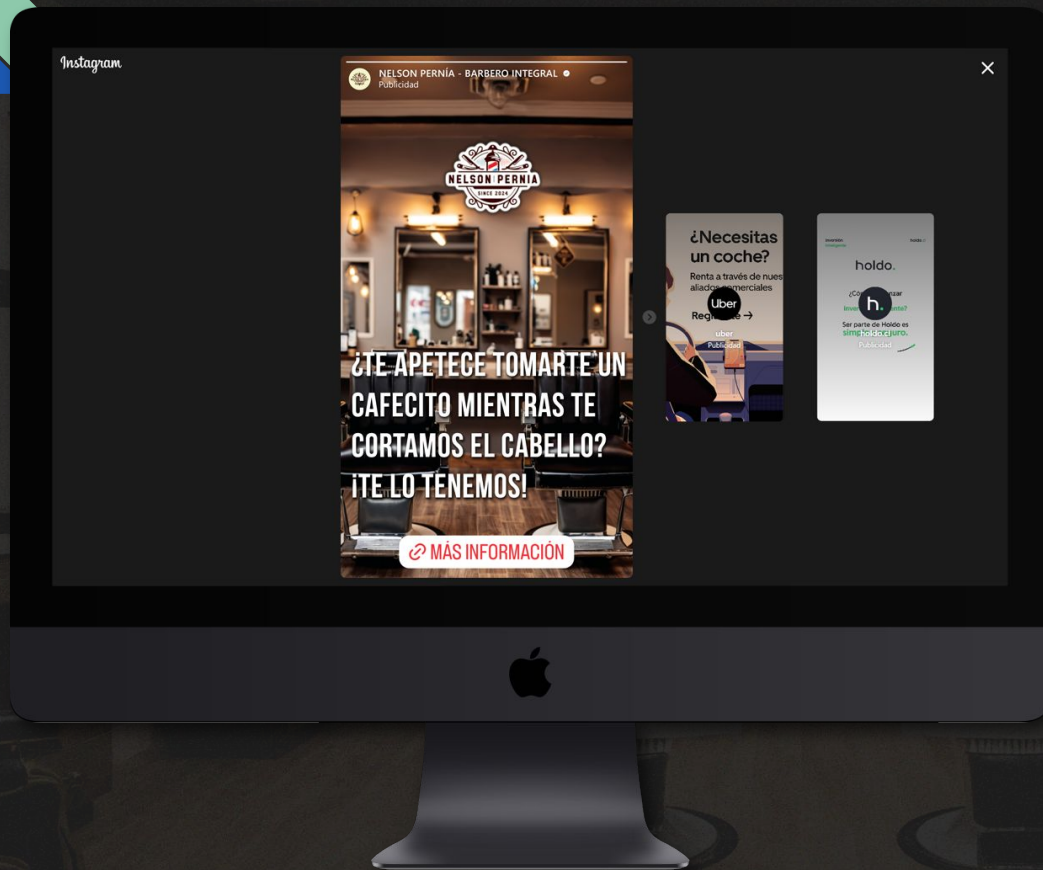
24

FECHA	HORA	CATEGORÍA DE CONTENIDO			OBJETIVO	TEMÁTICA	RECURSO MULTIMEDIA	CONTENIDO VISUAL Y FORMATO		COPY / REDACCIÓN / PIE DE PUBLICACIÓN	LLAMADA A LA ACCIÓN / CTA
		MK	CM	IN				FEED	HISTORIAS		
LUN	18 HRS	-	OK	-	PRESENTACIÓN DE NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL Y EL SERVICIO QUE LA BARBERÍA OFRECE.	PRESENTACIÓN CORPORATIVA DE LA BARBERÍA	PUBLICACIÓN	CARRUSEL DE FOTOS EN EL FEED PARA MOSTRAR EL NUEVO LOGO DE LA BARBERÍA, DATOS DE CONTACTO, FOTO DEL EQUIPO E INFORMACIÓN DE NUESTRA UBICACIÓN.		¿TE INVITAMOS A CONOCER LA NUEVA BARBERÍA DE NELSON PERNÍA, EL BARBERO INTEGRAL! OFRECEMOS UN SERVICIO PREMIUM DE BARBERÍA PARA CABALLEROS.	LINK A UN SITIO WEB MULTI-ENLACES PARA QUE PUEDAN OBTENER NUESTRAS REDES SOCIALES Y EL SITIO WEB OFICIAL DE LA BARBERÍA.
MIE	18 HRS	OK	-	-	PROMOCIÓN "TÓMATE UN CAFÉ CON NOSOTROS" PARA INVITAR A LOS CLIENTES A VISITARNOS Y COMPARTIR UN RATO AGRADABLE CON NOSOTROS.	PROMO "TÓMATE UN CAFÉ".	HISTORIA		HAREMOS UNA HISTORIA INVITANDO A NUESTROS CLIENTES A TOMARSE UN CAFÉ CON NOSOTROS EN EL MARCO DE LA INAUGURACIÓN DE LA BARBERÍA. PUBLICACIÓN PATROCINADA.	¿TE APETECE TOMARTE UN CAFECITO MIENTRAS TE CORTAMOS EL CABELLO? ¿TE LO TENEMOS!	BOTÓN AL SITIO WEB PREPARADO PARA RECIBIR CITAS DE LOS CLIENTES.
VIE	17 HRS	-	-	OK	MOSTRAR EL TRABAJO QUE REALIZA NUESTRO LÍDER NELSON PERNÍA Y SU EQUIPO. DAR A CONOCER NUESTRO MÉTODO Y SERVICIO.	NUESTRO PROCESO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO	REELS		REELS DONDE MOSTRAREMOS A NUESTRO BARBERO NELSON PERNÍA, A SU EQUIPO Y UNA BREVE HISTORIA SOBRE LA BARBERÍA Y LA METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA.	CONOCE A NELSON Y A SU EQUIPO. SOMOS NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL, PARA BRINDARTE EL MEJOR SERVICIO DE BARBERÍA PARA CABALLEROS.	ENVÍANOS UN WHATSAPP SI DESEAS MÁS INFORMACIÓN.

MOCKUP PARA INSTAGRAM



25





CONTENIDO PARA TIK TOK



X

CONTENIDO PARA X

CALENDARIO DE CONTENIDOS X



29

FECHA	HORA	CATEGORÍA DE CONTENIDO			NÚMERO DE HILO EN POST	TEMÁTICA	RECURSO MULTIMEDIA	CONTENIDO VISUAL Y FORMATO	HASHTAGS A UTILIZAR	LLAMADA A LA ACCIÓN / LINK
		MK	CM	IN				POST		
LUN	16 HRS	-	-	OK	1	ANUNCIAR LA APERTURA DE NUESTRA BARBERÍA	IMAGEN + TEXTO	BIENVENIDOS A NUESTRA NUEVA CUENTA EN X! ESTAMOS MUY ORGULLOSOS DE PRESENTAR A NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL. VISÍTANOS EN NUESTRA SEDE DE PROVIDENCIA.	#BARBEROINTEGRAL #BARBERÍA #SKINCARE #SPA	LINK AL SITIO WEB
MAR	17 HRS	-	-	OK	2	HABLAR SOBRE LA MISIÓN DE LA BARBERÍA	IMAGEN + TEXTO	LA MISIÓN DE NUESTRA PROPUESTA DE BARBERÍA ES MUY SENCILLA, PERO CONTUNDENTE: OFRECER EL MEJOR SERVICIO DE BARBERÍA DONDE CADA CLIENTE SE SIENTA COMO EN CASA. DESDE TU CABELLO HASTA LA SALUD DE TU PIEL.	#MISIÓN #CALIDAD #BARBEROINTEGRAL #SERVICIO	LINK A LA SECCIÓN 'QUIENES SOMOS' DEL SITIO WEB
MIER	18 HRS	-	-	OK	3	POR QUÉ ES IMPORTANTE UN BUEN CORTE DE CABELLO	IMAGEN + TEXTO	UN CORTE DE CABELLO VA MÁS ALLÁ DE SOLO DISMINUIR SU LARGO, SI NO TAMBIÉN DARTE EL ESTILO Y LA CONFIANZA QUE NECESITAS, DE LA MANO DE UN SERVICIO PREMIUM QUE TE PERMITA UN MOMENTO DE RELAJACIÓN.	#EXCELENCIA #CONFIANZA #BARBERO	LINK A NUESTRO WHATSAPP PARA CONSULTAS.
JUE	18 HRS	-	-	OK	4	HABLAR SOBRE NUESTRA VISIÓN	IMAGEN + TEXTO	NOS VISUALIZAMOS COMO LA OPCIÓN QUE PREFIEREN LOS CLIENTES, AL OFRECERLES UN SERVICIO TRADICIONAL PERO A LA VEZ MODERNO. NUESTRA META ES SER EL LUGAR AL QUE EL CLIENTE DESEE IR CUANDO DESEE RELAJARSE Y LUCIR BIEN.	#CORTES #CABELLO #VISIÓN #BARBERÍA #ENFOQUEDESERVICIO	LINK A LA SECCIÓN 'QUIENES SOMOS' DEL SITIO WEB
VIER	17 HRS	-	-	OK	5	NUESTRO ENFOQUE EN LA CALIDAD DE SERVICIO	IMAGEN + TEXTO	NUESTRA PEOR PESADILLA ES QUE NUESTROS CLIENTES SALGAN POR LA PUERTA SIN LA SATISFACCIÓN DE HABER RECIBIDO EL SERVICIO QUE ESPERABAN. NUESTRO COMPROMISO ES DARLES EL SERVICIO PREMIUM QUE USTEDES SE MERECEAN.	#PROMESA #SERVICIO #BARBERO #BARBEROINTEGRAL #PREMIUM	LINK A LA SECCIÓN DE AGENDAMIENTO DE CITAS DEL SITIO WEB.
SAB	16 HRS	-	-	OK	6	AGRADECIMIENTO POR ELEGIRNOS COMO SU BARBERÍA DE CONFIANZA	IMAGEN + TEXTO	GRACIAS POR CREER Y CONFÍAR EN NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL. NUESTRO COMPROMISO SIEMPRE SERÁ LA SONRISA DE NUESTROS CLIENTES AL VERSE EN EL ESPEJO LUEGO DE RECIBIR SU CORTE. VEN Y VISÍTANOS! TE ESPERAMOS EN NUESTRA SEDE DE PROVIDENCIA.	#BARBEROINTEGRAL #NUESTROSCIENTES #SERVICIO #BARBERÍA #AGRADECIDOS #COMPROMISO	LINK A LA SECCIÓN DE AGENDAMIENTO DE CITAS DEL SITIO WEB.



CONTENIDO PARA LINKEDIN

CALENDARIO DE CONTENIDOS LINKEDIN



31

FECHA	HORA	CATEGORÍA DE CONTENIDO			OBJETIVO	TEMÁTICA	RECURSO MULTIMEDIA	CONTENIDO VISUAL Y FORMATO	COPY / REDACCIÓN / PIE DE PUBLICACIÓN	ENLACE / CTA
		MK	CM	IN				MURO DE PUBLICACIONES		
LUN	10 HRS	-	-	OK	DAR LA BIENVENIDA DE NUESTRO NEGOCIO A LA RED EMPRESARIAL LINKEDIN	SALUDAMOS A NUESTROS NUEVOS SUSCRIPTORES Y DAMOS INICIO A UNA NUEVA RED SOCIAL	TEXTO + FOTO	IMAGEN: FOTO DEL INTERIOR DE NUESTRA BARBERÍA CON LOS BARBEROS REALIZANDO SU TRABAJO.	NELSON PERNÍA - BARBERO INTEGRAL ES UNA NUEVA PROPUESTA DE BARBERÍA CLÁSICA BASADA EN LAS ESCUELAS AMERICANA E INGLESA. MÁS ALLÁ DEL CORTE, TAMBIÉN OFRECEMOS SERVICIO DE SKIN-CARE, HACEMOS LAS MANOS Y TRATAMIENTO DE BARBA CON ESTILO SPA.	ENLACE AL SITIO WEB.
MIE	12 HRS	-	-	OK	ENCONTRAR NUEVOS PROVEEDORES DE INSUMOS Y PRODUCTOS DE BARBERÍA PARA VENTA AL PÚBLICO	INVITAR A TODOS LOS PROVEEDORES DEL RAMO DE LA BARBERÍA A CONOCERNOS Y ESTABLECER LAZOS COMERCIALES	TEXTO + FOTO	IMAGEN: FOTO DE NUESTRO LÍDER NELSON PERNÍA RODEADO DE ALGUNOS INSUMOS Y PRODUCTOS QUE TENEMOS DISPONIBLES A LA VENTA.	¿ERES PROVEEDOR DE PRODUCTOS DE BARBERÍA? TE ESTAMOS BUSCANDO. CONTÁCTANOS Y LLEGUEMOS A UN ACUERDO COMERCIAL. ¡TE ESPERAMOS!	LINK A NUESTRO CORREO ELECTRÓNICO CORPORATIVO DE COMPRAS.



CAMPAÑA EN META ADS



CAMPAÑA #1

- **NOMBRE DEL PROYECTO:** Nelson Pernía - Barbero Integral
- **NOMBRE DE CAMPAÑA:** Aumento de seguidores [Septiembre-Noviembre 2024].
- **MOTIVO DEL ANUNCIO PUBLICITARIO PARA LA MARCA:** Aumentar 1579 seguidores en Instagram en los próximos 3 meses (471 seguidores al 19/08). Meta Objetivos SMART: 2000 seguidores.
- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA:** Reconocimiento (Alcance).

CONJUNTO DE ANUNCIOS #1

- **TÍTULO:** Aumento de seguidores [Septiembre-Octubre 2024].
- **ÁREAS GEOGRÁFICAS DONDE SE MOSTRARÁ EL ANUNCIO DE LA CAMPAÑA:** Las Condes, La Reina, Providencia, Lo Barnechea, Vitacura, Ñuñoa.
- **EDAD Y SEXO DE QUIENES VERÁN EL ANUNCIO:** Entre 18 y 80 años. Hombres.
- **TIEMPO DE CIRCULACIÓN DEL ANUNCIO:** Fecha de inicio: 01/09/2024. Fecha de finalización: 15/10/2024. Horario de circulación: desde 16:00 hasta las 21:00 hrs.

ANUNCIO DE CAMPAÑA #1

- **RED SOCIAL ELEGIDA PARA MOSTRAR EL ANUNCIO:** Instagram.
- **FORMATO DE CONTENIDO UTILIZADO:** Automático. Carrousel en Feed e Historias con campaña programada en Meta Ads.
- **DESCRIPCIÓN DEL ANUNCIO:** Dar la bienvenida a nuestros seguidores a un nuevo concepto en barbería y los servicios que ofrecemos. Invitación a unirse a nuestro Instagram.



CAMPAÑA #1

- **NOMBRE DEL PROYECTO:** Nelson Pernía - Barbero Integral
- **NOMBRE DE CAMPAÑA:** Aumento de seguidores [Septiembre-Noviembre 2024].
- **MOTIVO DEL ANUNCIO PUBLICITARIO PARA LA MARCA:** Aumentar 1579 seguidores en Instagram en los próximos 3 meses (471 seguidores al 19/08). Meta Objetivos SMART: 2000 seguidores.
- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA:** Reconocimiento (Alcance).

CONJUNTO DE ANUNCIOS #2

- **TÍTULO:** Aumento de seguidores [Octubre-Noviembre 2024].
- **ÁREAS GEOGRÁFICAS DONDE SE MOSTRARÁ EL ANUNCIO DE LA CAMPAÑA:** Las Condes, La Reina, Providencia, Lo Barnechea, Vitacura, Ñuñoa.
- **EDAD Y SEXO DE QUIENES VERÁN EL ANUNCIO:** Entre 18 y 80 años. Hombres.
- **TIEMPO DE CIRCULACIÓN DEL ANUNCIO:** Fecha de inicio: 16/10/2024. Fecha de finalización: 30/11/2024. Horario de circulación: desde 16:00 hasta las 21:00 hrs.

ANUNCIO DE CAMPAÑA #2

- **RED SOCIAL ELEGIDA PARA MOSTRAR EL ANUNCIO:** Instagram.
- **FORMATO DE CONTENIDO UTILIZADO:** Automático. Vídeo para Reels de Instagram con relación de aspecto 9:16 con una duración de 30s, y botón de llamada a la acción que lleve al landing page con todos los métodos de contacto disponibles.
- **DESCRIPCIÓN DEL ANUNCIO:** Promover el resto de redes sociales y sitio web de la barbería, mediante botón de llamado a acción.



PLAN DE MEDICIÓN CAMPAÑA #1

- **¿QUÉ RESULTADOS DESEAS OBTENER EXACTAMENTE DE TUS CAMPAÑAS?** Aumentar a 2000 la cantidad de seguidores en Instagram (actualmente 471), lo que representa un crecimiento del 424.63% en ésta red social.
- **¿TENDRÁS UNA REVISIÓN DIARIA, SEMANAL, QUINCENAL O MENSUAL DE TUS CAMPAÑAS EN LA PLATAFORMA?** La revisión debe ser diaria en un inicio debido a que es un nuevo emprendimiento y debemos ir midiendo constantemente el alcance que estamos teniendo. Luego de la primera campaña podemos hacer revisiones semanales para verificar el desempeño.

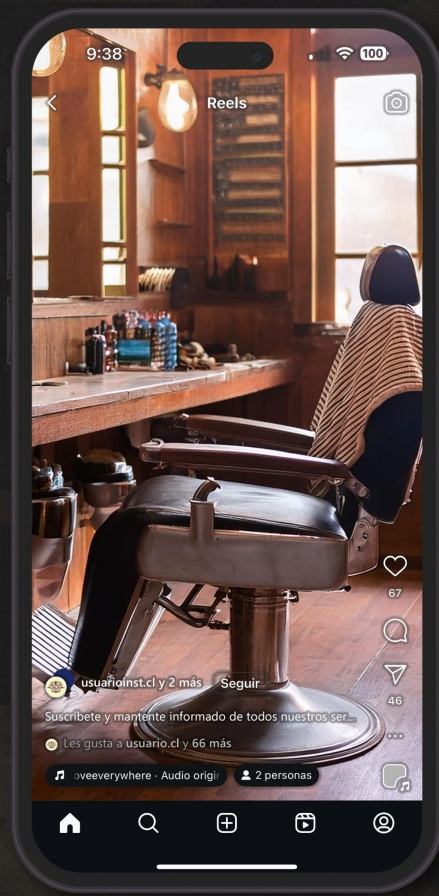
KPIS MÁS IMPORTANTES DE LA CAMPAÑA

- **¿QUÉ MÉTRICAS ESTÁN RELACIONADAS DIRECTAMENTE A TUS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS?**
 1. **Impresiones (Impressions):** la frecuencia con la que está siendo visto nuestro anuncio, lo cual puede influir en la percepción de la gente a nuestra marca.
 2. **Interacciones (Engagement):** así podemos medir cuán relevante es nuestra campaña para la audiencia mediante los niveles de participación en el contenido (Me Gusta, Comentarios y Compartidos).
 3. **Clicks en Enlaces (Link Clicks):** con este indicador podremos verificar el nivel de interés que genera nuestro contenido para que los seguidores se dirijan a nuestras otras redes usando los botones de llamado a la acción.
 4. **Alcance (Reach):** con el alcance podremos observar cuántos potenciales suscriptores/clientes están expuestos a nuestra campaña.
- **¿QUÉ KPI ESTÁ RELACIONADO DIRECTAMENTE A TUS OBJETIVOS SMART?**
 1. **Tasa de Conversión:** ya que podremos verificar la efectividad de la campaña en la manera en que el anuncio convierte el tráfico de la red social en clientes para la barbería (Convertirse en nuevos seguidores de Instagram y otras redes sociales, visitas al sitio web y agendamiento de citas en el portal).

MOCKUP CAMPAÑA #1



36





CAMPAÑA EN GOOGLE ADS



SITIO WEB // GMAIL

- <https://www.barberointegral.cl>
- advertising@barberointegral.cl (correo corporativo vinculado a Gmail).

CAMPAÑA DE RED DE BÚSQUEDA

- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA:** Generar tráfico al nuevo sitio web de la barbería.
- **NOMBRE DE CAMPAÑA:** Visitas Sitio Web Barbero Integral 2024.
- **PRESUPUESTO DE CAMPAÑA:** \$1.000 CLP inversión diaria.
- **TIEMPO DE CIRCULACIÓN DE LA CAMPAÑA:** 3 meses.
- **FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN DE CAMPAÑA:** del 01/09/2024 al 30/11/2024.
- **LOCALIDADES DONDE CIRCULARÁ LA CAMPAÑA:** Las Condes, La Reina, Providencia, Lo Barnechea, Vitacura, Ñuñoa.
- **SEGMENTACIÓN:** Hombres entre 18 y 80 años.

CONJUNTO DE ANUNCIOS #1

- **TÍTULO DEL GRUPO DE ANUNCIOS:** Lanzamiento Nelson Pernía - Barbero Integral.
- **EXTENSIÓN DE ANUNCIOS:** "Barbería Premium" "Barbería Spa" "Skin-Care para Hombres", ENLACE: WhatsApp.
- **PALABRAS CLAVE EXACTAS:** [BARBERÍA SPA] / [INAUGURACIÓN BARBERÍA]
- **PALABRAS CLAVE DE FRASE:** "Servicio Barbería SPA" / "SPA y Cuidado de Piel Hombre"
- **PALABRAS AMPLIAS:** Barbería con servicio de SPA y cuidado de la piel para caballeros.
- **PALABRAS CLAVES NEGATIVAS:** -barato -gratis



ANUNCIO DE CAMPAÑA #1

- **TRES TÍTULOS (MÁXIMO CUATRO PALABRAS C/U):**
 1. BARBERÍA SPA // BARBERO INTEGRAL // PROMO LANZAMIENTO.
 2. BARBERÍA PREMIUM // SKIN-CARE // CUIDADO DE MANOS.
 3. BARBERO VENEZOLANO // PROMO ENTRADA // VISITA AL BARBERO.
- **DOS DESCRIPCIONES (MÁXIMO 80 CARACTERES C/U):**
 1. Visita nuestro sitio web para que conozcas y vivas la experiencia de un nuevo estilo en barbería.
 2. Somos una nueva alternativa en barbería. Visítanos y prometemos cuidar de ti.

SITIO WEB // GMAIL

- <https://www.barberointegral.cl>
- advertising@barberointegral.cl (correo corporativo vinculado a Gmail).

CONJUNTO DE ANUNCIOS #2

- **TÍTULO DEL GRUPO DE ANUNCIOS:** Agendamiento de Citas Nelson Pernía - Barbero Integral.
- **EXTENSIÓN DE ANUNCIOS:** "Barbería Premium" "Barbería Spa" "Skin-Care para Hombres", ENLACE: Toma de Cita en Sitio Web.
- **PALABRAS CLAVE EXACTAS:** [BARBERÍA SPA] / [CITA ONLINE]
- **PALABRAS CLAVE DE FRASE:** "Servicio Barbería SPA" / "Agendamiento de Cita Online"
- **PALABRAS AMPLIAS:** Agendamiento de cita online para barbería spa y skin-care.
- **PALABRAS CLAVES NEGATIVAS:** -barato -gratis



ANUNCIO DE CAMPAÑA #2

- **TRES TÍTULOS (MÁXIMO CUATRO PALABRAS C/U):**
 1. BARBERÍA SPA // BARBERO INTEGRAL // PROMO INAUGURACIÓN.
 2. BARBERÍA PREMIUM // CUIDADO DE LA PIEL // ESTILO PARA HOMBRES.
 3. BARBERO VENEZOLANO // BARBERO INTEGRAL // AGENDA TU CITA.
- **DOS DESCRIPCIONES (MÁXIMO 80 CARACTERES C/U):**
 1. Visita nuestro sitio web, agenda una cita con nosotros y te invitamos un café.
 2. Te estamos esperando para brindarte el cuidado que necesitas. Agenda una cita con nosotros!.

PLAN DE MEDICIÓN

- **RESULTADO ESPERADO DE LAS CAMPAÑAS:** Aumentar un 50% el tráfico del nuevo sitio web, desde Septiembre a Noviembre de 2024, con la finalidad de generar citas para obtener el servicio.
- **¿CÓMO SE GARANTIZARÁ EL ÉXITO DEL OBJETIVO SMART? / TIEMPO DE REVISIÓN DE LA CAMPAÑA:** El plan de medición será diario durante el primer mes y semanalmente del segundo hasta el final del tercero, tomando en cuenta que es un sitio web a estrenar.

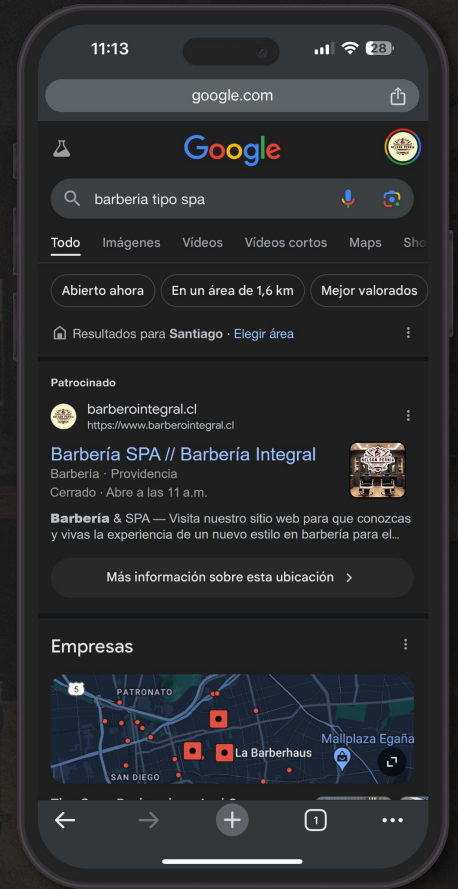
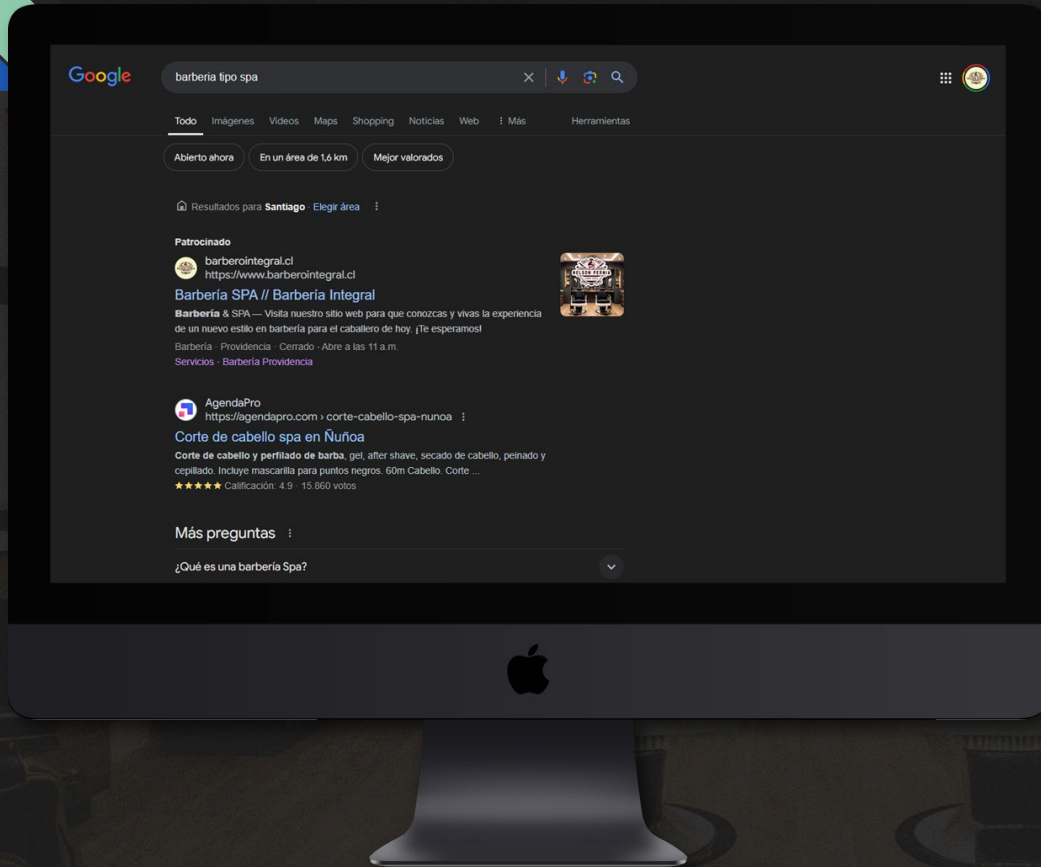
MÉTRICAS MÁS IMPORTANTES

- **¿QUÉ KPI ESTÁ RELACIONADO DIRECTAMENTE A TUS OBJETIVOS SMART?** Impresiones, CPC, CPM.
- **¿QUÉ MÉTRICAS ESTÁN RELACIONADAS DIRECTAMENTE A TUS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS?** Link Clicks (Visitas al sitio web).

MOCKUP GOOGLE ADS #1



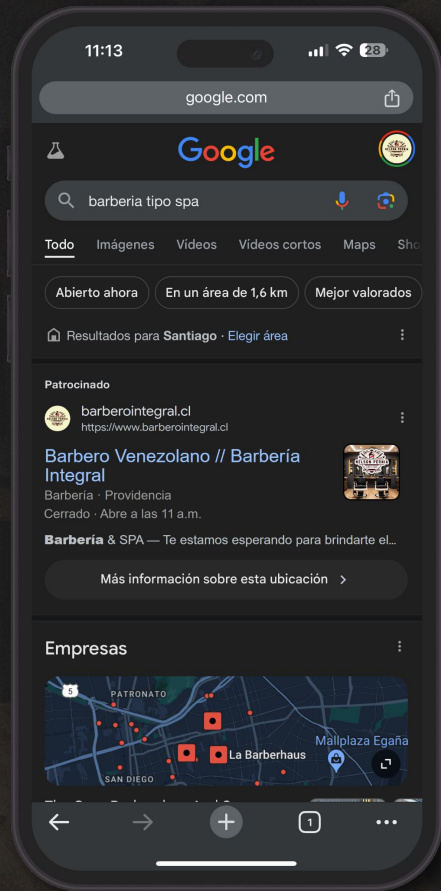
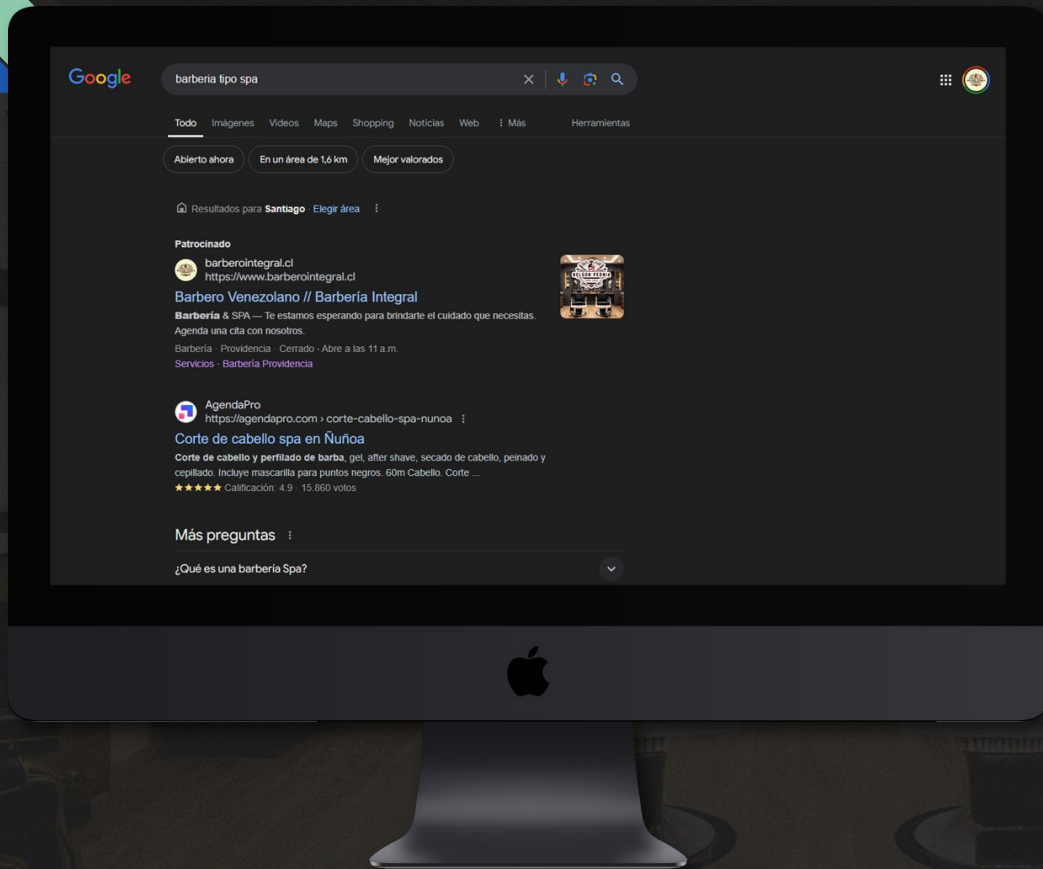
41



MOCKUP GOOGLE ADS #2



42





PROPIETAS DIGITALES

PROPUESTA PARA REDES SOCIALES

- Se toman en cuenta las siguientes consideraciones para una primera propuesta de marketing digital:
 1. Tal como se vió en éste proyecto, se diseñaron las propuestas para la creación de redes sociales como X, LinkedIn, etc, pero por otra parte vemos necesaria la creación de un WhatsApp Business, ya que actualmente se usa WhatsApp versión usuario, de modo que se puedan habilitar chatbots, crear un collage con fotos de los servicios y productos a la venta, y tener mayor información del negocio que ayude a la gestión de las redes sociales de la barbería.
 2. Es necesario mantener las campañas de Meta Ads activas el mayor tiempo posible. Ya con la primera experiencia llevando campañas a ésta empresa, se pueden optimizar los resultados y posteriormente aplicar campañas que sean mucho más efectivas y generen mayor impacto en el crecimiento orgánico de las redes.
 3. Preparar una campaña de marketing vía correo electrónico (e-mail marketing), con una nueva promoción digital que promueva el uso del sitio web y la toma de citas a través de ella. También puede servir como medio para publicar noticias, entradas de blogs, etc.

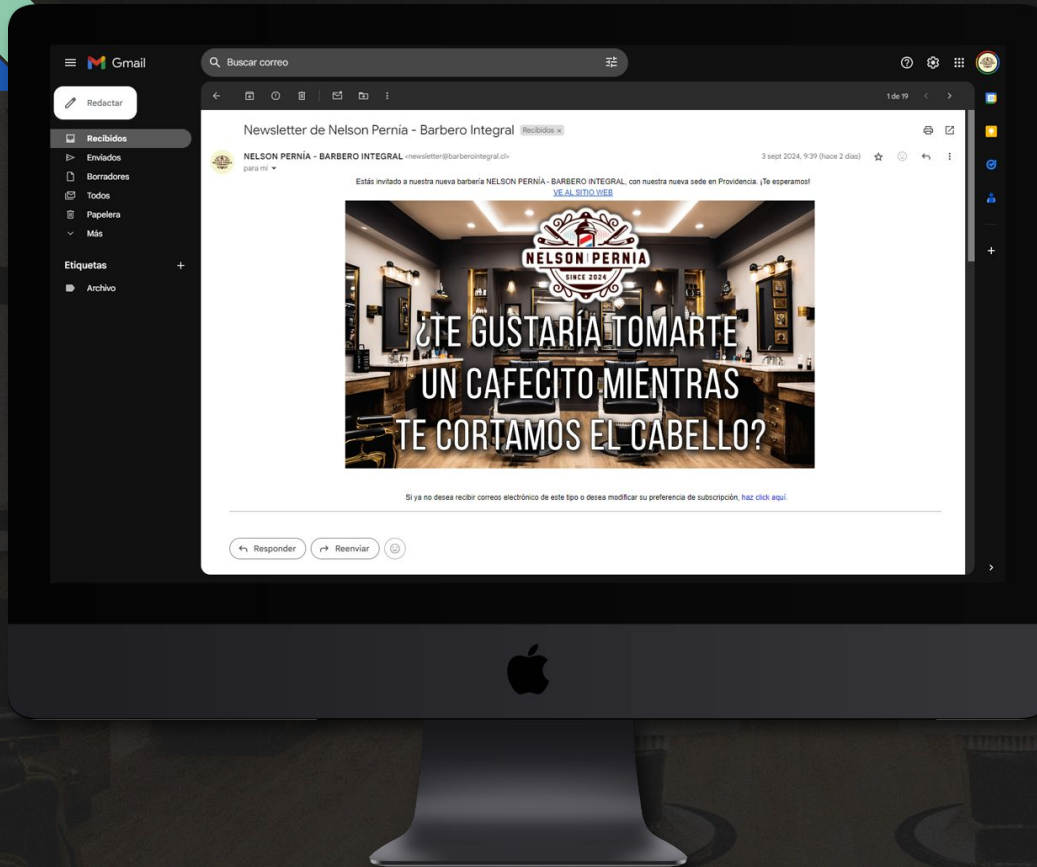
PROPUESTA PARA COMUNICACIÓN DIGITAL

- Para una segunda propuesta de marketing digital para la barbería, se considera:
 1. Vemos muy importante la comunicación con los clientes. Es necesario disminuir la tasa de participación en marketing y subir la institucional, de manera que el cliente se sienta parte de nuestra empresa y la sienta como suya en el día a día. De tal forma, vemos necesario interactuar con los clientes y hacerlos una cara visible de nuestras redes.
 2. Una propuesta muy viable es la creación de contenido audiovisual donde el mismo Nelson Pernía invite a los seguidores a visitar la barbería y se preparen Reels e Historias donde él interactúe con ellos.
 3. El LinkedIn más allá de ser usada como red profesional también puede usarse como buscador de talentos y establecimiento de lazos comerciales con otros negocios afines.

MOCKUP PROPUESTA #1



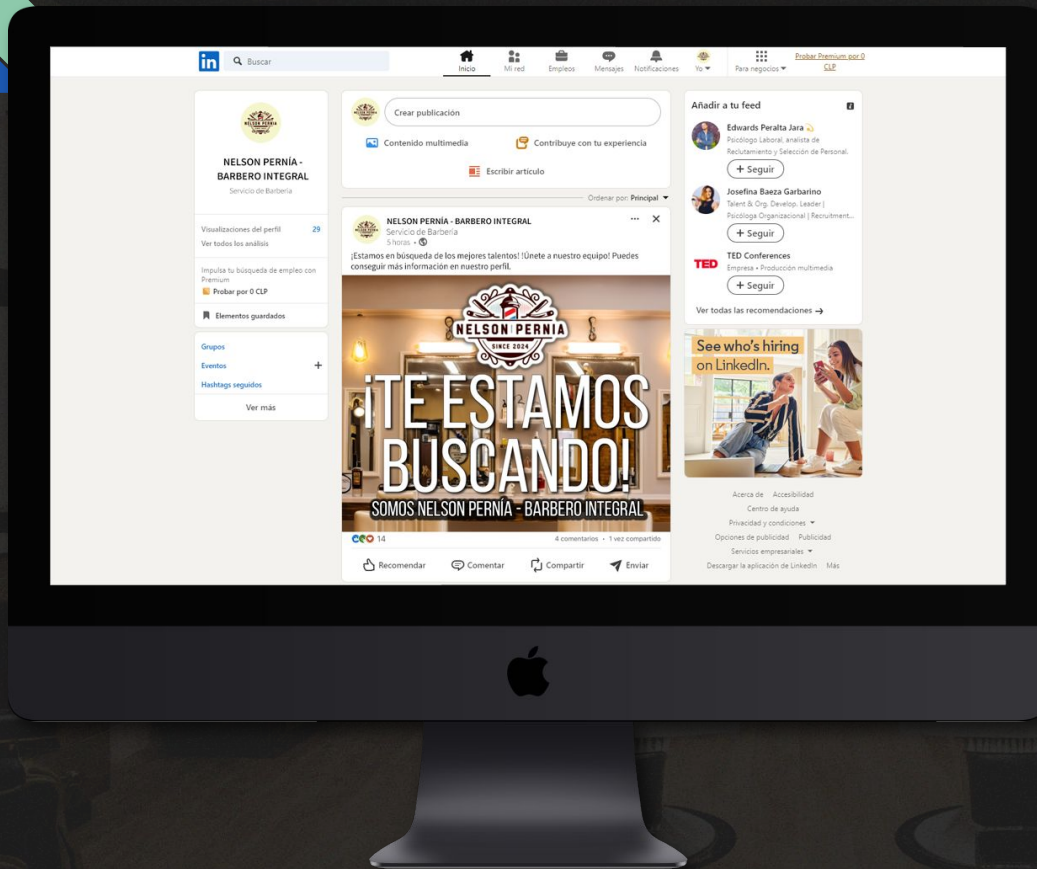
45



MOCKUP PROPUESTA #2



46





¡MUCHÍSIMAS
GRACIAS!



EDGAR ALFONSO

PADRÓN CENTENO



<https://www.facebook.com/eapc87/>



<https://www.instagram.com/eapc87/>



<https://www.linkedin.com/in/eapc87/>