



Junio 2019 - ISSN: 1696-8352

TEMA

ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE CONTENIDO A TRAVÉS SOCIAL MEDIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA GIMNASIO LIMITLESS TRAINING SERVICES

Jenny Stephania Mosquera Vargas

Estudiante de la carrera de Ingeniería en Publicidad-
Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Stephania.mosquera28@gmail.com

Estudiante Universitario

MSC. Elizabeth Veliz Araujo

Tutor Académico
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
sveliza@ulvr.edu.ec
Unidad de Titulación

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jenny Stephania Mosquera Vargas y Elizabeth Veliz Araujo (2019): "Estrategia de gestión de contenido a través social media para el posicionamiento de la empresa Gimnasio Limitless Training Services", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (junio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/gestion-contenido-socialmedia.html>

RESUMEN

La publicidad para cualquier negocio es vital e importante para difundir los servicios que cada una de ellas posee. Sea las estrategias y tácticas que se utilicen el objetivo de estos negocios, es primero posicionarse en la mente del consumidor o clientes de manera que se genere una imagen de marca del gimnasio Limitless Training Services, segundo lograr que sea rentable y atractivo en el mercado en que se desarrolla.

De acuerdo a los resultados de los encuestados, se evidencia el gran impacto que genera las redes sociales, por su bajo costo de inversión que permite a las marcas, promocionar de manera efectiva, directo al target específico, siendo una herramienta muy útil. Se determinó que el actual posicionamiento del Gimnasio Limitless Training ha sido insuficiente, una de las principales causas de aquello es que, hasta el momento, tiene poca presencia en las redes sociales por lo que es urgente implementar nuevas estrategias de comunicación, diseños creativos que permitan que la

empresa sea reconocida aplicándolas a través de las redes sociales. Pues no resulta fácil si la empresa no maneja una estrategia que permita que sea reconocida en el mercado y por lo tanto esto hace que pierda oportunidades comerciales y clientes potenciales.

Palabras claves:

ABSTRACT

Advertising for any business is vital and important to spread the services that each of them has. Whether the strategies and tactics used are the objective of these businesses, it is first to position oneself in the mind of the consumer or clients in a way that generates a brand image of the Limitless Training Services gym, secondly to make it profitable and attractive in the market in that develops.

According to the results of the respondents, the great impact generated by social networks is evident, due to the low investment cost that allows brands to promote effectively, directly to the specific target, being a very useful tool. It was determined that the current positioning of the Gym Limitless Training has been insufficient, one of the main causes of that is that, so far, has little presence in social networks so it is urgent to implement new communication strategies, creative designs that allow that the company is recognized by applying them through social networks. Well, it is not easy if the company does not manage a strategy that allows it to be recognized in the market and therefore this causes it to lose business opportunities and potential customers.

1. INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es realizar la gestión de contenido a través de la social media para el posicionamiento de la empresa Limitless Training Services, establecer estrategia de publicidad, mantener informado por medios de las redes sociales, con diversas promociones, ofertas.

Las redes sociales tiene grandes ventajas tan importantes como los medios de comunicación y difusión de mensajes tradicionales, las empresas han encontrado en estas estrategias publicitarias la manera de que una marca o razón social llegue de manera más directa, hacia un determinado mercado, logrando concentrarse en la mente de estos potenciales clientes como también actuales al exponerse un plan de estrategia.

En un mercado muy competitivo es necesario la gestión de contenido a través de la social media para el posicionamiento de la empresa, atraer los clientes o futuros clientes que a su vez, se vuelve estratégico a la hora de persuadir a los usuarios. Brindándoles un buen servicio y variedad.

2. METODOLOGÍA

En esta investigación se emplea el método teórico – inductivo / deductivo, el cual se basa en la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento una serie de preguntas con respuestas concretas, que contribuirán analizar la gestión de contenido a través del social media para el posicionamiento de la empresa.

De acuerdo a la profundidad de investigación se puede decir que la metodología se refiere a la descripción y análisis de los métodos que se emplearán en la investigación. La función principal de la metodología es dar a conocer las reglas que permitan crear, acumular o solucionar problemas.

El proyecto será abordado una perspectiva cuantitativa, se realizará el levantamiento de información y su posterior tabulación y análisis estadístico. Para la presente investigación se usará la técnica de encuesta, que permitirá la recopilación de datos primaria acerca de la opinión de las personas. La investigación será mediante encuestas con la finalidad de analizar la opinión de las personas de la empresa Limitless Training Services, conocer el nivel de impacto que tiene sobre el posicionamiento.

A continuación se presentan los datos que formaron parte del desarrollo del cálculo para obtener el tamaño de la población, segmento que fue tomado en cuenta de acuerdo a los rasgos específicos considerados en la investigación y que han sido definidos como el público objetivo del trabajo de estudio. Se contó con los habitantes de la parroquia Tarqui, esa cantidad fue reducida una vez que fue multiplicada con el 35.90%, porcentaje perteneciente a la suma de los tres estratos a los cuales el gimnasio Limitless Training Services está dirigido, este cálculo mostró una cantidad de 377,247, posteriormente tal resultado fue multiplicado con el porcentaje (57%) de las edades entre 15 y 54 años, esto registró un tamaño poblacional de 216,083.

Tabla 1- Datos para obtener el tamaño de la población

Aspectos	
Parroquia Tarqui (habitantes)	1'050,826
Estratos socioeconómicos	35.90%
A	1.90%
B	11.20%
C+	22.80%
Subtotal	377,247
Edades (15 a 54 años)	57%
Tamaño de la población	216,083

Elaborado por: Stephania Mosquera Vargas

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

3. RESULTADOS

Una pregunta de base fue ¿qué medio de comunicación le gustaría estar informado del Gimnasio?

Figura 10 - ¿Qué medio de comunicación le gustaría estar informado del Gimnasio?



Elaborado por: Stephania Mosquera Vargas

Es importante observar que el 87% consideran que las redes sociales a más de ser efectivas son oportunas, necesarias y de bajo costo en el momento de realizar una publicidad. El 8% le corresponde a la publicidad por televisión, debido a que totalidad de un país cuenta con este medio de comunicación con la alternativa de tener a disposición. El 3% le corresponde a radio como alternativa de medio de comunicación de información masivo. Por ultimo le corresponde el 2% prefieren la prensa escrita sea esta en papel o virtual.

La siguiente pregunta para los encuestados fue ¿qué contenido le gustaría ver en redes sociales de Gimnasio?

Figura 12 - Contenido en redes sociales



Elaborado por: Stephania Mosquera Vargas

En esta encuesta la investigación se centra en conocer el argumento que ayudará a captar el interés de los usuarios. Con un 33% tenemos promociones la gran mayoría de los encuestados, desean nuevas promociones, captar el interés de los clientes en un determinado mercado en la que un negocio busca ser rentable. El siguiente es tendencia al entrenamiento con un 20% esto quiere decir que las personas necesitan conocer pruebas y razones por las cuales ejercitarse y tomar esto como un hábito que aporte a su salud y bienestar. El 18% tips de consejos diarios para una vida saludable; las personas que ya tienen una costumbre de tener rutinas de ejercicios les interesa conocer y saber consejos que le aporten para continuar con ese estilo de vida saludable y de entrenamientos. En tanto, que el 29% gusta y sugiere asesoría de nutrición que se empleen como argumentos motivadores noticias diarias que les aporte a continuar con el estilo de vida saludable que han optado como hábito diario.

A continuación tenemos otra pregunta que fue **¿qué tipo de promoción le gustaría?**

Figura 1 - tipo de promoción



Elaborado por: Stephania Mosquera Vargas

Las respuestas generadas son las siguientes: El 55% les atraen las ofertas y promociones, esto es porque a los clientes les gusta que den prioridad a la inversión que realizan por adquirir este tipo de servicios. El 13% Les interesa los concursos de fotos a través de las redes sociales el estilo de vida que llevan y los resultados que esto genera a su apariencia física. El 19% prefieren los combos esto es porque a estos lugares se enfatiza la amistad, las relaciones publicas, la integración familiar por tal motivo que los combos son una estrategia de captar clientes en masa. El 9% gustan de los premios grandes o pequeños o membresías entre otros. Este es una forma de incentivar y atraer nuevos clientes y mantener los actuales. El 7% les gusta los concursos hashtags debido a la tendencia que presentan las redes sociales, entre más llamativa y expuesta este sea mayor posibilidad de ser ganador de un premio o premios que el gimnasio ofrezca. El 7% Les interesa los concursos de fotos, debidas que les gusta ser halagados a través de las redes sociales, el estilo de vida que llevan y los resultados que esto genera a su apariencia física. El 3% demostrando la fascinación a las redes sociales respondieron que es interesante los concursos por comentarios, estos entre más creativos conjuntamente con las fotos enganchan buen número de potenciales clientes que se interesen por el estilo de vida fitness.

4. ESTRATEGIA DE GESTION DE CONTENIDO A TRAVÉS DEL SOCIAL MEDIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA LIMITLESS TRAINING SERVICES.

Estrategias en redes sociales del Gimnasio Limitless Training Services

Se propone nuevas estrategias en redes sociales, para efectuar la publicidad de marca de la empresa Limitless Training Services. En redes sociales la publicidad se procederá a través de uso de fotografías, imágenes, atractivos ilustraciones, medios de protecciones hacia la salud, en los cuales se colocaran como contenidos y afiches publicitarios.

La publicidad que se propone realizar mediante las redes sociales, como Facebook e Instagram se clasifica en varios tipos de estrategias y estas son:

Estrategia 1: Promociones

La promoción de marca posibilitará el posicionamiento del Gimnasio Limitless Training Services, llegar al público objetivo.

Por ello se propone elaborar promociones en redes sociales como: primera clase de Asesorías de Nutrición totalmente gratis, obtiene estos beneficios enfocados a los nuevos potenciales clientes. La interactividad es la capacidad de intercambio de diálogos entre usuarios, se obtiene nuevas ideas o creaciones, la siguiente promoción se basa en intercambios de beneficios como: Gana 1 mes gratis de gimnasio, por la participación de hashtag #SomosLimitless, con los siguientes pasos

- Seguir la página @limitless
- Dale me gusta a la publicación
- Mencionar a 3 amigos con el hashtag #SomosLimitless
- Compartir la publicación en tus historias mencionando la cuenta #SomosLimitless
- La siguiente interactividad con el usuarios es #RetoLimitless, los usuarios deberá compartir sus resultados, de 3 meses obtenidos en el gimnasio, obtendrá increíbles obsequios y beneficios por la participación y fidelidad en el Gimnasio.
- A continuación la siguiente promoción por fechas festivas como: El mes de febrero día del amor y la amistad, la segunda persona paga la mitad. Por día de la mujer paga una y entrena dos y no puede faltar promoción de Halloween party, se premiará la fidelidad de los clientes y obtener nuevos potenciales clientes.
- Por ultimo obtenemos la promoción Black Friday conocido por viernes negro, estrategias de ventas, donde se realizará el 25% de descuentos por cada inscripción en el mes de Gimnasio.

Estrategia 2: Contenidos en redes sociales

El contenido de las publicaciones en redes sociales deberá ser creativo, atractivo, divertido e interesante y muy útil. Se deberá fomentar mediante información que beneficie a los clientes y nuevos potenciales clientes.

Los siguientes contenidos tienen como objetivo:

- Promocionar los servicios de la empresa.
- Debatir el contenido más interés para los clientes.
- Establecer una comunicación agradable con los clientes.
- Motivar a los clientes con contenidos creativos.
- Actualizaciones de las redes sociales

La actualización de la información de las redes sociales como Facebook e Instagram se deberá realizar de manera diaria, por lo cual se deberá tener los siguientes aspectos:

- Obtener una agradable comunicación con los clientes

- Responder diariamente a los comentarios de los usuarios ya sea positivos o negativos.
- Fomentar la interacción con los usuarios respecto a la información publicada.
- Intentar que los clientes realicen encuestas o comentarios favorables del Gimnasio.
- Comentarios
- Responder comentarios realizados por los usuarios tanto positivos como negativos.
- Incentivar a los clientes que realicen comentarios sobre el servicio del Gimnasio.
- Iniciar nuevas conversaciones e interacciones con los clientes.
- Comentarios Positivos
- Agradecer a los clientes de manera cordial por los comentarios realizados.
- Felicitar a los clientes por la fidelidad al Gimnasio

Comentarios Negativos

- Responder oportunamente a los comentarios negativos
- Evitar que el problema se propase en redes sociales

Estrategia 3: Página Web

Realizar nueva página Web, para la interacción con el usuario y que obtenga información oportuna sobre el servicio de la empresa Limitless Training Services.

5. CONCLUSIONES

- Entre las estrategias seleccionadas fueron: Realización de una nueva página web, elaboración de anuncios publicitarios innovadores, implementando propuestas de concursos interactivas con el cliente, además de implementar anuncios promocionales, con un contenido variado en las redes sociales como en Facebook e Instagram, igualmente impulsando el posicionamiento de la marca con sus clientes potenciales.
- Las nuevas estrategias de posicionamiento de marcas a través del social media son: Mejoría de los canales de comunicación en las redes sociales, Facebook e Instagram, sitio web de la empresa provocando que los clientes se sientan motivados a mejorar sus hábitos alimenticios, mejorando su rendimiento deportivo, y sobre todo restablecer un hábito de salud y bienestar.
- El uso de la publicidad es de vital importancia para cualquier negocio que pretenda difundir sus productos o servicios, de tal forma se propuso estas estrategias que ayuda a cumplir el objetivo de este estudio, para el posicionamiento en la mente del consumidor siendo la marca del gimnasio Limitless Training Services entre las primeras opciones a escoger en este mercado en el que se desarrolla.

6. RECOMENDACIONES

- Las estrategias de posicionamiento de marcas a través de social media son: Mejorar los canales de comunicación en las redes sociales, Facebook e Instagram, sitio web de Limitless Training Services, provocando que los clientes se sientan motivados a mejorar sus hábitos alimenticios, mejorando su rendimiento deportivo.
- Realizar nuevas promociones para usuarios en Instagram y Facebook.
- Realizar contenidos relevantes que capten la atención en redes sociales.
- Realizar entrevistas con deportistas Fitness
- Realizar Asesorías de nutrición
- Ofrecer contenidos de rutinas de ejercicios
- Concursos de fotos
- Combos
- Ofertas para clientes

Figura 4. Propuesta Promociones



Elaborado por: Stephania Mosquera Vargas

Contenidos en redes Sociales



Elaborado por: Stephania Mosquera



Elaborado por: Stephania Mosquera

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellan, R. (2015). Las marcas y la publicidad. Mexico DF: Seneca Ediores.
- Aldas, J. (2015). La gestiones publicitarias en el mercado actual. México DF: Kamite editores mexicanos.
- Aniel. (2014). El uso de las redes sociales en las empresas .
- Figueroa, A. (2015). La Gestión de Contenido en publicidad. Mexico DF: Seneca Editores.
- Garcia, A. (2015). La gestión de Contenido. Lima Peru: Grupo Editorial Peisa .
- García, C. (2014). Las estrategias empresariales. México DF: Seneca.

Parrales, L. (2015). Las estrategias publicitarias on line. México DF: Grijalbo editoriales independientes

Romero, F. (2015). Las marcas y la gestión de contenido. Bogotá Colombia: Antares editores.

SANTOS VILLACRÉSES, J. A. (2016). Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil.
Recuperado el 17 de 01 de 2019, de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil