



Redes sociales para pymes

Cómo impulsar tu estrategia con la IA como aliada



Álex Aygües
CEO | Director de proyectos

Luis Ibáñez

Estrategia digital



¿Qué veremos hoy?

- 1.El error más común en redes sociales
- 2.Cómo construir una estrategia
- 3.Dónde aporta valor la IA
- 4.Herramientas recomendadas
- 5.Turno de preguntas

El error más común

Muchas empresas gestionan sus redes sociales así...

-  "Hace días que no publicamos."
-  "Sube una foto del último trabajo."
-  "Pon algo del equipo."
-  "¿Qué publicamos esta semana?"

Publicar contenido **NO** es tener una estrategia.

Las empresas que consiguen resultados hacen algo diferente



Nuestra metodología

1. Objetivos

- ❓ ¿Qué queremos conseguir?
 - Generar confianza
 - Conseguir clientes
 - Captar talento
 - Posicionarnos como referentes
 - Fidelizar clientes

Nuestra metodología

2. Público

❓ ¿Quién es mi público objetivo?

- Qué necesita
- Qué problemas tiene
- Qué dudas le frenan
- Qué información busca



Buyer persona



Nuestra metodología

3. Mensajes

 ¿Qué voy a publicar?

➤ Empresa

➤ Equipo

➤ Productos/Servicios

➤ Consejos

➤ Novedades

Nuestra metodología

4. Planificación

	ABRIL		MAYO		JUNIO
1	Momentos clave en la historia de Transportes XXXXX	1	CENTENARIO CONDUCTORES	1	DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE + Responsable Care 2030
2	Qué tipos de líquidos transportamos	2	De transportar vino y aceite a químicos industriales	2	El legado de Antonio Martín
3	Conducción preventiva en transporte pesado	3	Transporte de líquidos criogénicos	3	1,2 millones de toneladas al año
4	Así son las cisternas que transportan líquidos a granel	4	Cómo se minimizan riesgos en transporte químico	4	Transporte de aceites térmicos
5	Conoce al equipo de Transportes XXXXXX	5	Conoce al equipo de XXXXXXXX	5	Conoce al equipo de XXXXXXXX
6	Transporte de disolventes y alcoholes	6	58.000 servicios al año	6	La tecnología incorporada en nuestros vehículos
7	Compromiso con el medio ambiente	7	Optimización de rutas logísticas	7	Nuestros centros logísticos
8	BLOG	8	BLOG	8	BLOG
BLOG	La importancia del mantenimiento de cisternas en el transporte de líquidos	BLOG	Qué buscan las empresas industriales en un partner logístico	BLOG	Cómo la logística eficiente mejora la cadena de suministro industrial

Nuestra metodología

5. Medición

 ¿Qué métricas nos interesa analizar?

- Alcance
- Interacciones
- Visitas a web
- Contactos
- Leads
- Conversión

¿Dónde entra la IA?

La IA puede ayudarnos durante TODO el proceso.



IA para investigar

Antes de crear contenido debemos entender nuestro mercado.



Analiza la web de mi empresa y dime qué perfiles de clientes pueden estar interesados en nuestros servicios y qué contenidos podrían ayudarles durante su proceso de decisión.



Analiza la web de mis tres principales competidores y dime qué oportunidades de contenido no están aprovechando.



ChatGPT



perplexity



Gemini



Claude



Laura, Madre

Laura tiene entre 32 y 40 años, vive en una ciudad media o grande de España y está en una fase vital en la que todo gira alrededor del bienestar de su hijo pequeño. Trabaja, o ha reducido jornada, y siente que la elección de la guardería no es solo una compra, sino una decisión sobre cómo quiere que empiece la vida escolar de su hijo.

No busca solo un sitio donde lo cuiden. Quiere un lugar donde lo traten con respeto, donde haya rutina, calma, buena comida y estímulos reales. Ya ha visto opciones de guardería más “prácticas” y otras muy comerciales, pero desconfía de las que prometen mucho y explican poco.



Problem that bothers your Persona

A Laura le preocupa que su hijo pase sus primeras horas fuera de casa en un entorno poco humano, muy ruidoso o demasiado pasivo, donde se le entretenga sin que aprenda nada de verdad. El problema no es solo “dónde dejar al niño”, sino encontrar un sitio que encaje con su forma de educar y que no la haga sentir que está renunciando a sus valores.

Este problema suele aparecer cuando se acerca la vuelta al trabajo, cuando el niño cumple la edad de entrada o cuando ve que en otras guarderías el trato parece demasiado rígido, masivo o impersonal. Laura se siente dividida entre la urgencia práctica y la culpa. Quiere acertar a la primera, porque sabe que cambiar después tiene coste emocional y logístico.



Pains that irritate your Persona

- Siente culpa si elige una opción que no respeta el ritmo de su hijo.
- Le agota comparar centros que parecen iguales por fuera pero muy distintos por dentro.
- Le da miedo pagar una cuota alta y descubrir que la experiencia diaria es fría o poco cuidada.
- Le preocupa que su hijo se adapte mal por un entorno demasiado ruidoso, rígido o caótico.
- Le frustra no tener señales claras de calidad más allá de fotos bonitas y frases genéricas.



Tools that your Persona currently uses

- WhatsApp
- Google Maps
- Instagram
- Google Reviews
- Milanuncios
- Idealista, para calcular distancia y logística del centro
- Calendar de Google
- Email Gmail
- ChatGPT, para comparar opciones y redactar preguntas
- Toca Boca World o apps infantiles similares, como referencia indirecta de juego digital en casa



Content that your Persona consumes

- The Montessori Notebook
- Cuenta de Instagram de Patricia Ramírez, por su enfoque emocional y práctico
- Spotify podcasts de crianza respetuosa y maternidad real
- BabyCenter en español
- Blogs de pedagogía Montessori en España
- Canales de YouTube sobre crianza consciente y primeros años
- Miriam Tirado, libros y charlas sobre crianza



Communities that your Persona knows about

- Grupos de WhatsApp de madres del barrio o del colegio
- Madres en Instagram y cuentas de crianza respetuosa
- Foros y comunidades de crianza en Facebook
- Reddit en hilos tipo parenting o Spain expat parenting, si busca experiencias comparadas
- Grupos locales de lactancia o crianza
- AMPA o redes de familias del entorno
- Comunidades de pedagogía Montessori en España
- Eventos de familias en centros culturales o bibliotecas públicas
- Parques y grupos informales de madres y padres de la zona
- Comunidades de consumo local y alimentación saludable



Influencers that your Persona follows

- Miriam Tirado
- Patricia Ramírez
- Cristina Teva
- Janet Lansbury
- Montessori by Mom
- Nuria Roca
- Bárbara Badosa, si conecta con maternidad y vida familiar
- Rosa Jové

IA para construir estrategia

Antes: Pensar cada semana qué publicar.

Ahora: Crear un plan para tres meses.



Actúa como director de marketing de una empresa de instalaciones eléctricas. Diseña un calendario editorial para LinkedIn durante tres meses orientado a captar clientes industriales.

- 36 ideas de publicaciones
- Distribución por objetivos
- Tipología de contenidos
- CTA sugeridos



ChatGPT



perplexity



Gemini

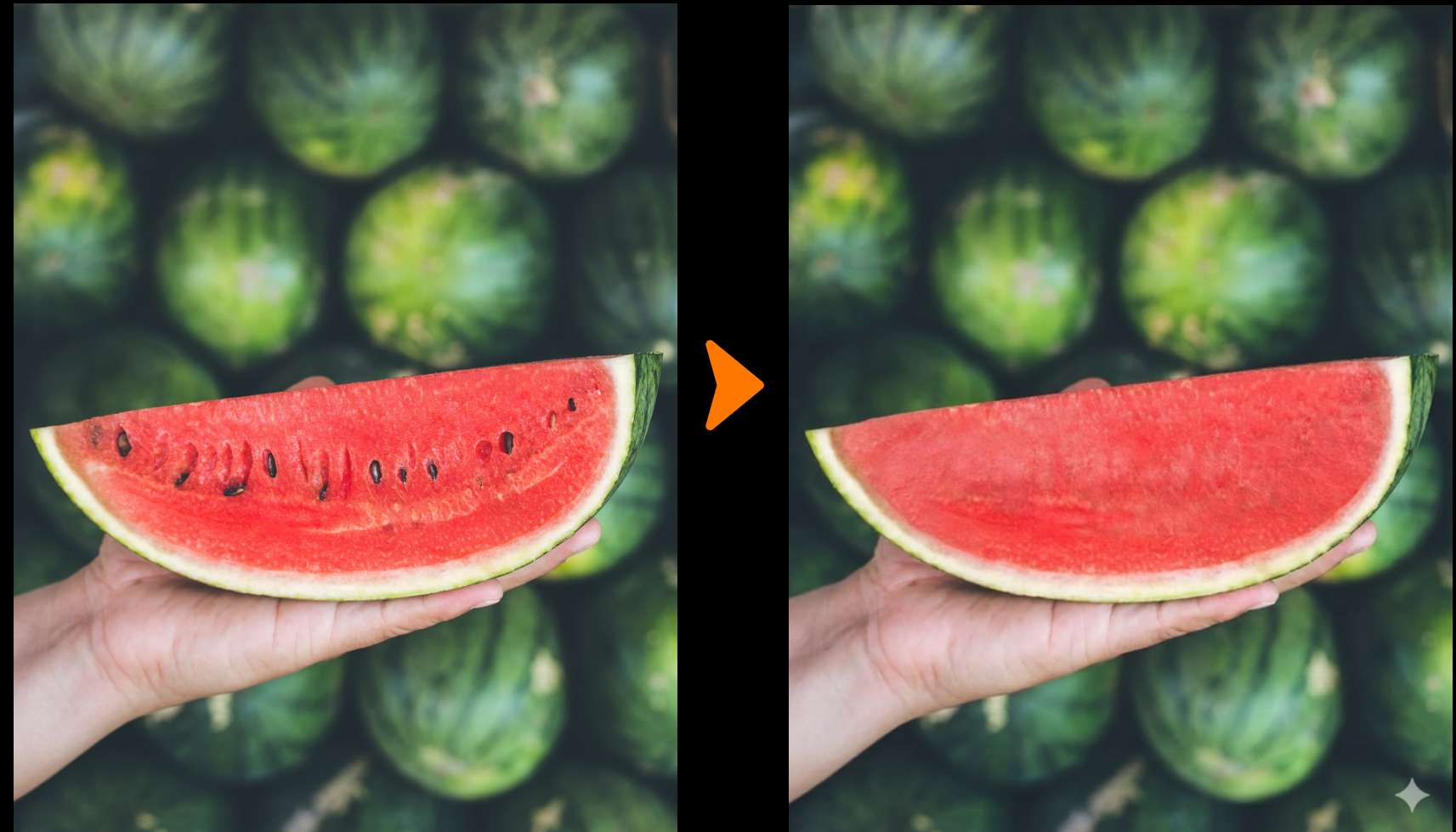


Claude

IA para imágenes y diseños

La IA ayuda a:

- Eliminar fondos
- Mejorar fotografías
- Adaptar formatos
- Generar imágenes
- Redimensionar



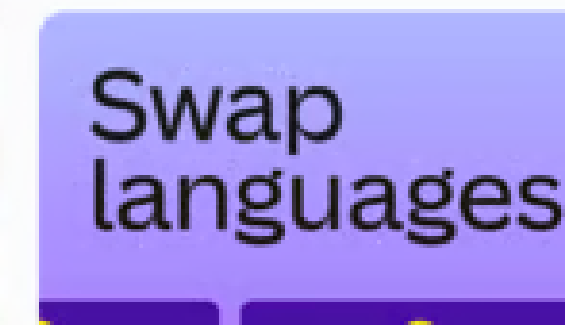
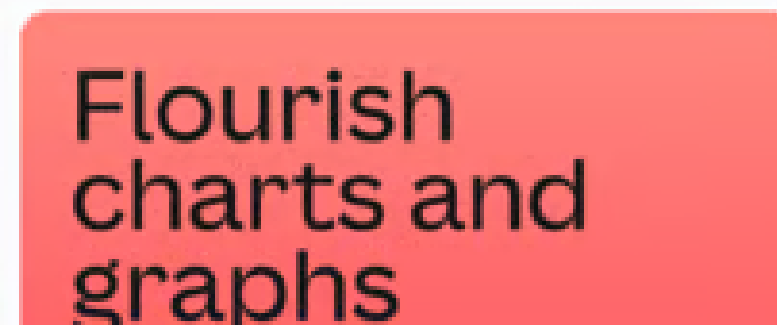
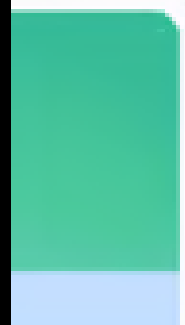
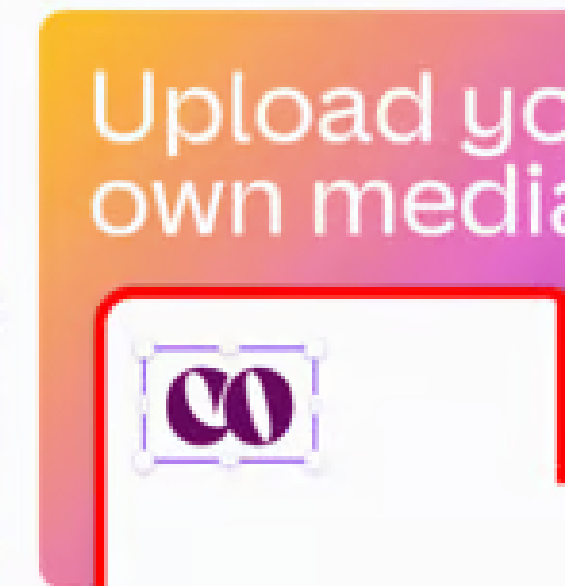
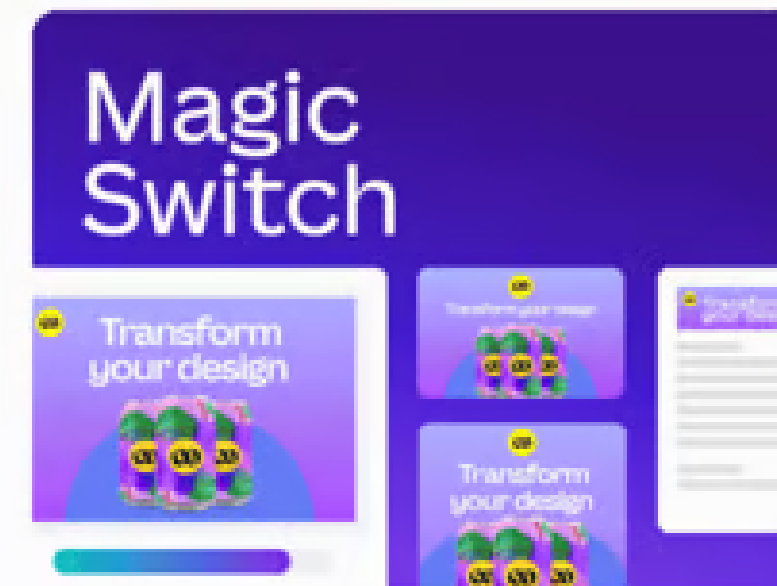
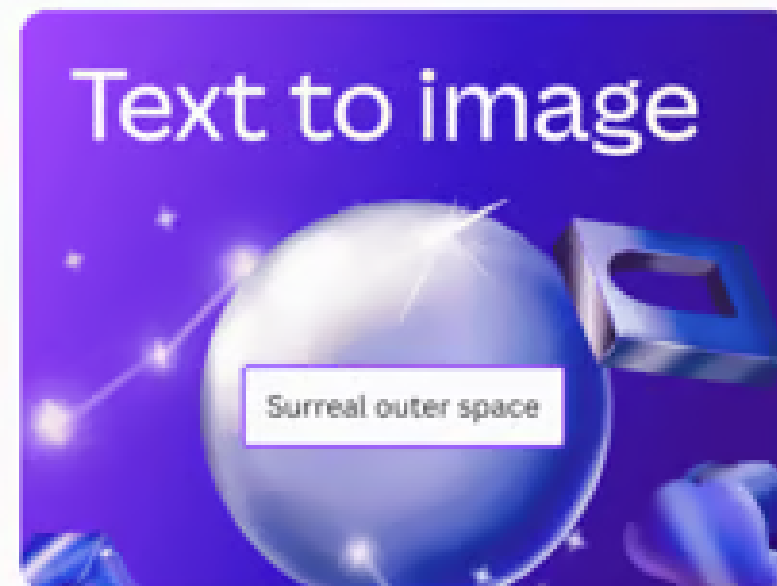
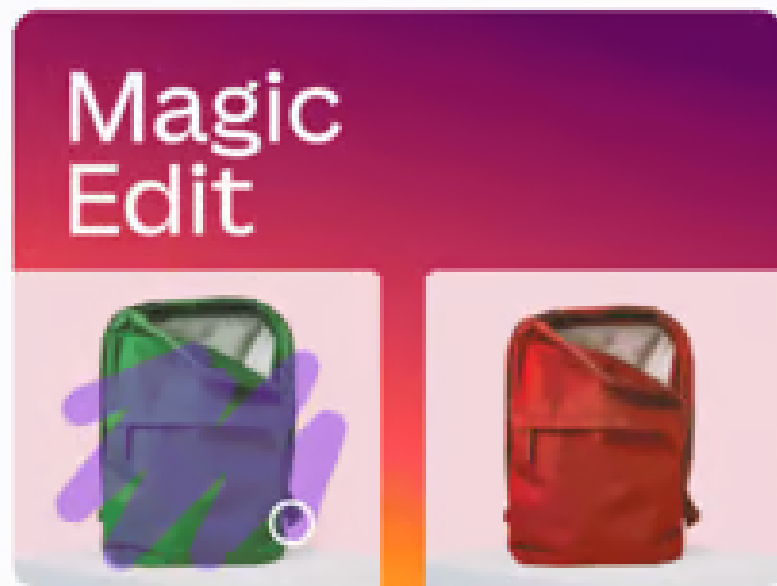
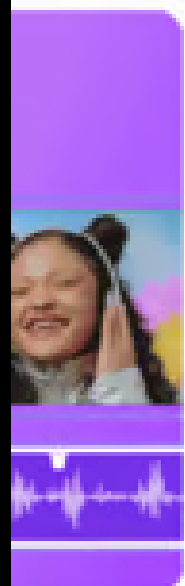
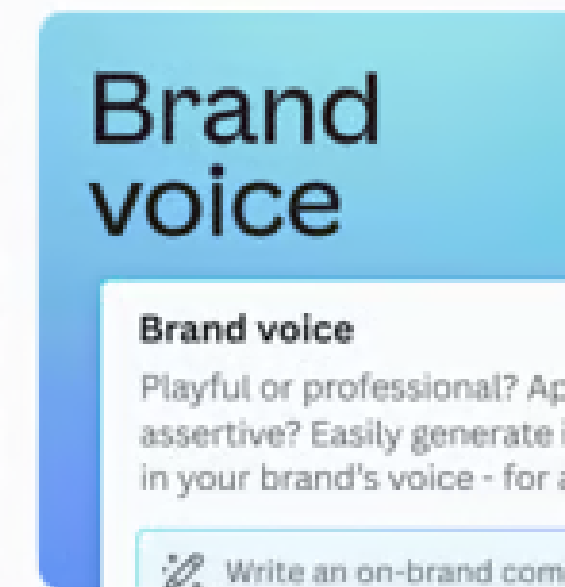
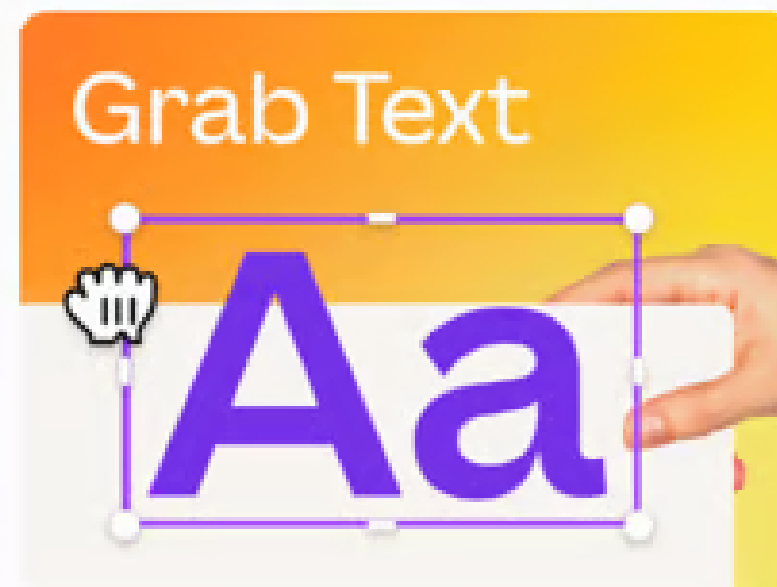
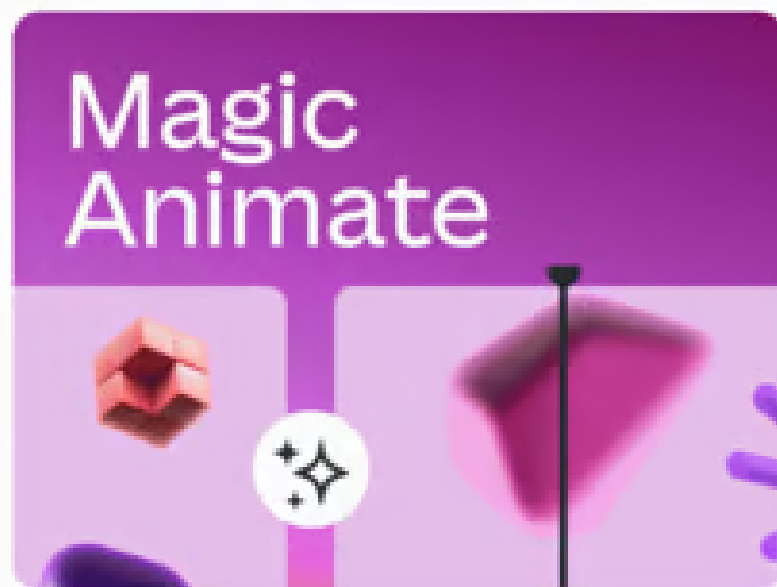
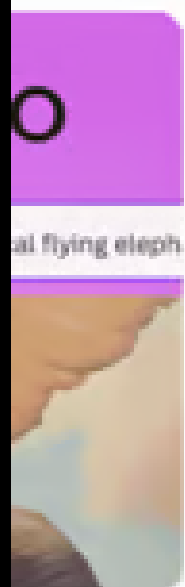
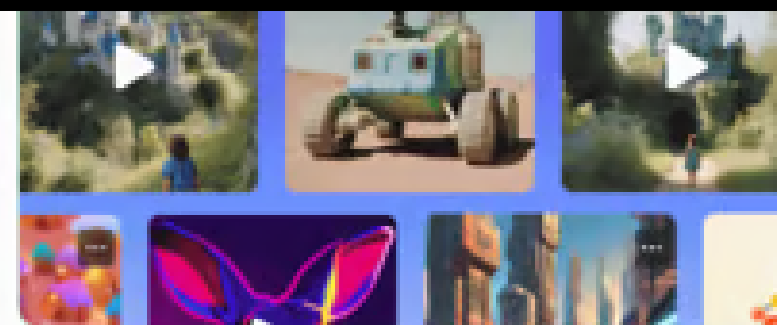
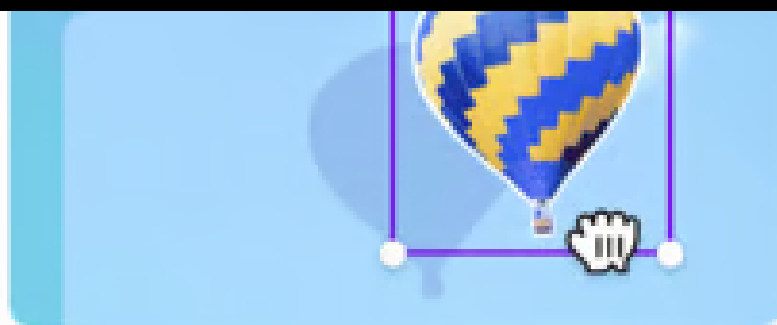
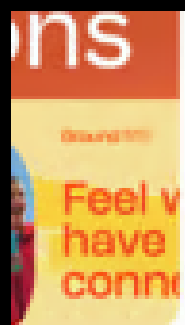
Leonardo.Ai



Microsoft Designer



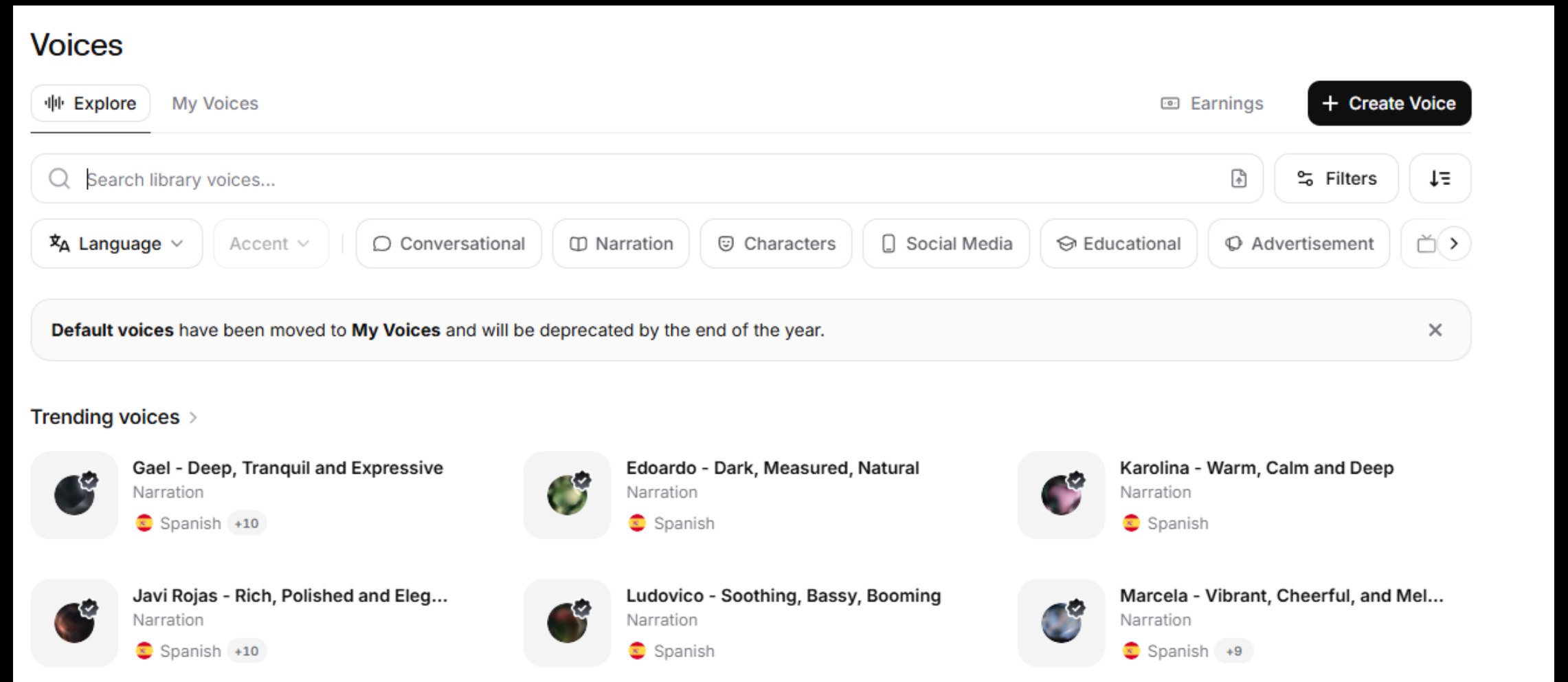
Ideogram



IA para videos y audios

La IA permite:

- Crear subtítulos
- Eliminar silencios
- Traducir videos
- Mejorar audio
- Generar clips automáticos
- Crear voz en off



Voices

🔍 Search library voices...

📄

🔗 Filters

⌵

🌐 Language ▾

🗣️ Accent ▾

🗨️ Conversational

📖 Narration

👤 Characters

📱 Social Media

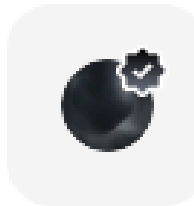
🎓 Educational

📺 Advertisement

📺 >

Default voices have been moved to **My Voices** and will be deprecated by the end of the year.

Trending voices >

- 

Gael - Deep, Tranquil and Expressive

Narration

🇪🇸 Spanish +10
- 

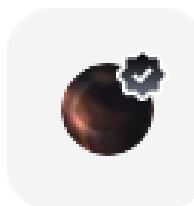
Edoardo - Dark, Measured, Natural

Narration

🇪🇸 Spanish
- 

Karolina - Warm, Calm and Deep

Narration

🇪🇸 Spanish
- 

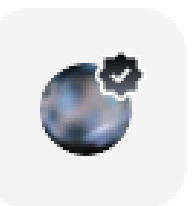
Javi Rojas - Rich, Polished and Eleg...

Narration

🇪🇸 Spanish +10
- 

Ludovico - Soothing, Bassy, Booming

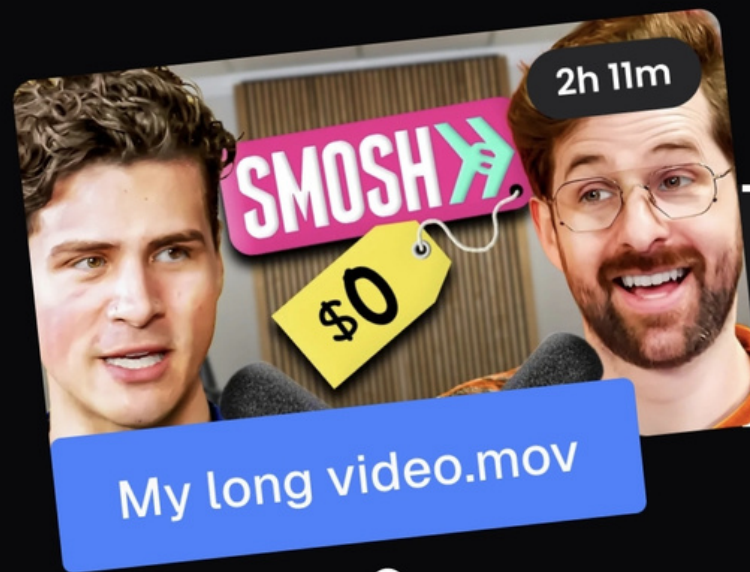
Narration

🇪🇸 Spanish
- 

Marcela - Vibrant, Cheerful, and Mel...

Narration

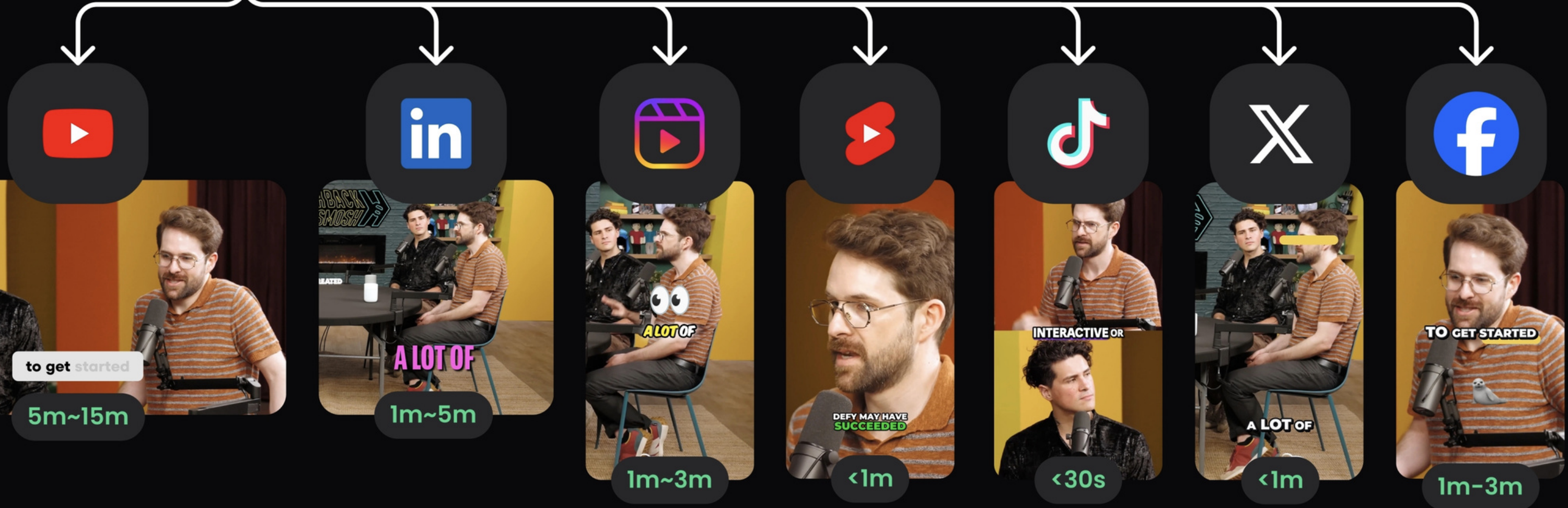
🇪🇸 Spanish +9



Drop a long video



Get clips in 1 click



IA para analizar resultados



Analiza estas métricas de redes sociales. Identifica los patrones de rendimiento, los contenidos que mejor funcionan, los que deberíamos dejar de publicar y propón una estrategia de mejora para el próximo mes.

- Detecta patrones de éxito
- Identifica oportunidades de mejora
- Sugiere nuevas líneas de contenido
- Propone acciones concretas para el siguiente mes



ChatGPT



perplexity



Gemini



Claude

Algunas conclusiones

- La estrategia siempre va antes que el contenido.
- La IA no sustituye el conocimiento del negocio.
- La IA elimina tareas repetitivas.
- El criterio humano sigue siendo imprescindible.

La combinación de estrategia + IA permite trabajar mejor, ahorrar tiempo y generar contenidos con mayor impacto.



¡Muchas gracias!

CONTÁCTANOS

info@abranding.net

963 341 892