

Resolución de ejercicios
MÓDULO 4

M4: Sesión 2 - Calendario y planificación de contenidos

CONSIGNA:

Creación de un Calendario de Contenidos para Seven Market

Tu tarea es diseñar un calendario de contenido semanal para la marca Seven Market en Instagram. Para ello, tené en cuenta lo siguiente:

Objetivo principal: Aumentar las visitas a la tienda online y mejorar la interacción en los contenidos.

Establecé los pilares de contenido y la distribución de las ideas en un calendario semanal para la marca, contemplando que cubra las 3 etapas del embudo.

Pilares de contenido y ejes principales:

- **Lo que no sabías que necesitabas:** este eje tiene el objetivo de que las personas descubran productos que no sabían que necesitaban a través de la representación que encuentran en el contenido, tocando temas de interés para la comunidad.
- **Muchos productos, un espacio de tu hogar:** contenidos en donde se muestran más de un producto que están relacionados con el mismo espacio (ejemplo: productos para el orden y organización del auto).
- **Equipo y vínculo con la comunidad:** contenido user generated, y detrás de escena con el equipo.

DÍA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Etapa del embudo	Atrac... ▾	Consi... ▾	Convers... ▾	Atr... ▾	Consi... ▾	Conv... ▾	Conv... ▾
Pilar	Much... ▾	Equip... ▾	Lo que ... ▾	Lo ... ▾	Much... ▾	Equip... ▾	Lo qu... ▾
Idea de contenido	Si tu ropero se encuentra así, todo esto te puede servir.	Le ordenamos el ropero a Mili, una de las vendedoras del local.	Mostramos un producto estrella y “raro” en el mundo de la organización de los roperos.	Este producto ya está volando y te lo quiero compartir. Si tenés x cosa, es para vos.	Relacionado con el producto anterior, contemplamos el espacio y ofrecemos varios productos de la categoría.	Carrusel de fotos de las personas que reseñaron y enviaron foto de esos productos en uso luego de la compra.	La importancia de tener productos que te resuelvan la existencia. “No te conformes con vivir mal”.

M4: Sesión 3 - Storytelling y creatividad

CONSIGNA:

Desarrollá una idea creativa para una campaña de 3 contenidos en redes sociales, por el mes del amor, para Neumáticos Dunlop.

Objetivo: aumentar el alcance de la marca en redes sociales y posicionarla dentro de su nicho, generando interacciones en su comunidad.

Cosas a tener en cuenta:

El lanzamiento de la campaña es con un video.

Podés incorporar un concepto creativo pero es importante tener en claro cuál es la emoción que querés generar en la audiencia.

Concepto creativo 1: “Amor que te lleva lejos”

Una campaña que celebra las historias de amor que se viven sobre ruedas: viajes en pareja, aventuras en solitario con el auto, relaciones que crecen kilómetro a kilómetro.

Concepto creativo 2: “Amor en movimiento”

Una campaña que celebra el amor en todas sus formas, la importancia de que no es algo estático sino algo que está en construcción y que requiere presencia y trabajo diario para sostenerlo a lo largo del tiempo.

Emoción a generar:

Nostalgia + ternura + complicidad. Queremos que las personas sientan que sus vínculos (románticos o no) también se viven en la ruta, y que Dunlop es parte de esas historias.

ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA.

Haremos una campaña con x cantidad de contenidos, para las diferentes redes sociales de Dunlop.

Objetivos que queremos en la campaña.

Contenido 1: Video de lanzamiento – “Nos llevó lejos”

Formato: Reels / TikTok / YouTube Shorts

Idea: Video emocional con mini historias de diferentes tipos de amor:

- Una pareja recordando su primer viaje en auto.
- Dos amigas que se fueron de vacaciones improvisadas.
- Una madre que enseñó a manejar a su hijo.
- Una persona viajando sola en su primer roadtrip.

Narración tipo storytelling con la frase final:

“El amor te lleva lejos. Nosotros también.”

CTA: “Contanos tu historia con el hashtag #AmorSobreRuedas”

Contenido 2: Carrusel interactivo – “¿Qué tipo de amor sos al volante?”

Formato: Carrusel para Instagram / Facebook

Idea: Test visual divertido con 5 perfiles tipo:

- El copiloto amoroso
- El que pone la música perfecta
- El del GPS humano
- El que frena por cualquier paisaje
- El que se queda dormido

Última placa: CTA: “Etiquetá a tu pareja de ruta” + “¿Cuál sos vos?”

Objetivo: Compartir, etiquetar, comentar - engagement orgánico.

Contenido 3: Sorteo – “Parejas que ruedan juntas...”

Formato: Post + historias con stickers

Idea: Sorteo para ganar un chequeo gratuito + kit Dunlop + voucher para una escapada.

Para participar:

Contar en comentarios tu historia más divertida o romántica en auto.

Seguir la cuenta y usar el hashtag #AmorSobreRuedas

Mencionar con quién harías el próximo viaje.

Objetivo: Más alcance, seguidores nuevos y participación de comunidad.

Extras:

Hashtag oficial: #AmorSobreRuedas #AmorEnMovimiento

Usar diseño con estética cálida (tonos rojizos, caminos, corazones sutiles en trazos de neumático).

Incluir call to actions emocionales: “Compartí ese viaje que no te vas a olvidar”, “El amor no siempre es perfecto, pero siempre tiene un buen rodaje”.

M4: Sesión 5 - Diseño y composición

CONSIGNA:

Objetivo del ejercicio: Aprender a realizar un pedido de diseño claro y detallado para un carrusel en redes, optimizando la comunicación con el diseñador gráfico del equipo.

1. Elegí una idea del calendario de contenido que creaste en la sesión 2.
2. En un documento, desarrollá el pedido para el DG incluyendo los siguientes puntos:

- Objetivo del contenido: explicá qué querés lograr con este carrusel. (Ejemplo: aumentar la interacción, educar a la audiencia, promocionar un producto, generar comunidad, etc.)
 - Idea del carrusel: Describí en pocas líneas de qué trata el carrusel y por qué es relevante para la audiencia.
 - Redacción del contenido: Escribí el texto de cada placa teniendo en cuenta: frases cortas y directas, un hilo conductor entre las placas, un llamado a la acción al final.
 - Distribución de las placas: Indicá cuántas placas tendrá el carrusel y qué información debe ir en cada una. Podés usar bullets o una tabla para que el DG lo entienda mejor
 - Referencias visuales: Adjuntá ejemplos o referencias del estilo de diseño que te gustaría.
 - Explicación de la intención visual: Comentá qué sensaciones o impacto querés generar con el diseño. ¿Querés que se vea más profesional, cercano, divertido, minimalista? Explicalo para que el diseño refleje la identidad de la marca.
-

Pedido para diseño de carrusel - Seven Markettt

1. Objetivo del contenido

Queremos aumentar la interacción con la comunidad y educar sobre productos útiles para mantener el orden en el ropero. Buscamos que la audiencia se sienta identificada con el “caos” y vea a Seven Markettt como una solución práctica y accesible.

2. Idea del carrusel

Título: “Si tu ropero se ve así... esto te puede servir 🙄”

El carrusel mostrará una situación común (ropero desordenado) y ofrecerá 7 u 8 soluciones concretas con productos de la tienda. La idea es mostrar beneficios simples y visuales, con una estética clara y ordenada que invite a guardar el post o comentarlo.

3. Redacción del contenido por placa

Placa 1 (Portada):

Si tu ropero se ve así... (imagen de un ropero desordenado y caótico) esto te puede servir.

Placa 2:

Perchas antideslizantes (con foto del producto en uso):

Decile chau a la ropa que se cae cada vez que abrís el placard.

Placa 3:

Canastos organizadores *(con foto del producto en uso)*:

Perfectos para categorizar por tipo de prenda o temporada.

Placa 4:

Separadores para estantes *(con foto del producto en uso)*:

Manténé en su lugar los jeans, sweaters y remeras.

Placa 5:

Organizadores colgantes *(con foto del producto en uso)*:

Ganá espacio vertical en segundos.

Placa 6:

Bolsas para guardar fuera de temporada *(con foto del producto en uso)*:

Todo lo que no usás ahora, bien protegido y fuera del medio.

Placa 7:

Cajas etiquetadas *(con foto del producto en uso)*:

Ideal para accesorios, bikinis, ropa interior o pijamas.

Placa 8 (Cierre):

¿Cuál necesitás con urgencia?

Comentá abajo o guardá este post para cuando hagas orden 🧡

4. REFERENCIAS VISUALES:

https://www.instagram.com/p/DKPE7CUtzBb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Seguir la estética y lineamiento de este carrusel como referencia. También podemos redondear el producto o sacar flecha de la imagen para explicarlo.

La idea es que el diseño sea simple, concreto y con foco en las imágenes y el titular del producto para que después la persona pueda ir a comprar.

M4: Sesión 7 - Copywriting y redacción

CONSIGNA:

Describí el tono y la voz de Che Netflix | ¿cómo es su personalidad? ¿qué lenguaje usa? ¿qué deberías contemplar para redactar los contenidos de una marca como esta?

Redactá 3 variaciones de copias buscando promocionar Adolescencia.


Personalidad:

Che Netflix es como ese amigo que siempre tiene una serie para recomendarte, pero te la cuenta con picardía, humor argentino y referencias culturales que entendés al toque. Es descontracturado, sarcástico, cercano y muy actual.

Lenguaje que usa:

- Muy argentino: usa modismos locales, frases hechas, lunfardo.
- Memero: toma códigos de redes, chistes virales, referencias a Twitter, TikTok, etc.
- Emocional pero no cursi: si hay drama, te lo baja a tierra con un tono irónico o exagerado.
- Juega con la exageración, el absurdo y el humor.
- A veces incluye insights reales del público (tipo: “yo viendo esto a las 3am llorando con una bolsa de papas”).



chenetflix  El camino que tiene por delante Owen Cooper.


10 sem

VARIACIÓN DEL COPY:

Comentá si Owen Cooper te puso la piel de gallina más de una vez.

Su hijo tiene 13 años
y m4tó a una persona



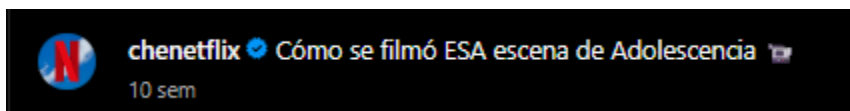
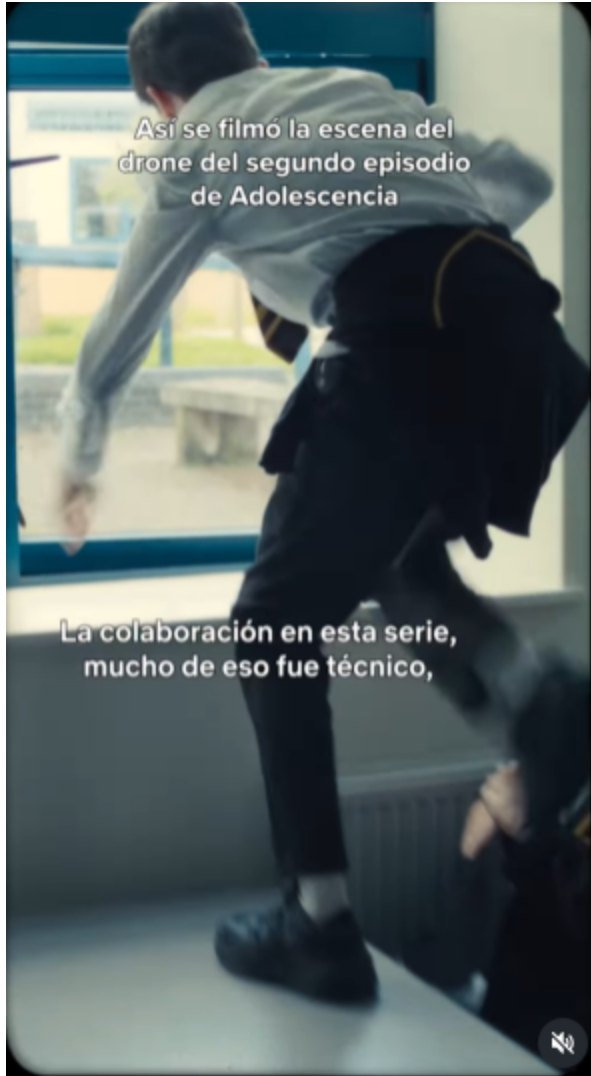
chenetflix  **Adolescencia, una serie que te va a dejar al borde del sillón, ya está disponible en Netflix.**

11 sem

VARIACIÓN DE COPY:

Sin palabras para esta serie que te mantiene al filo de las lágrimas durante 4 impresionantes capítulos.

Adolescencia ya está disponible en Netflix.



VARIACIÓN DEL COPY:

Esta es la escena que te hizo dudar de si realmente toda la serie estaba filmada en plano secuencia o no #factos.