



AGENCIA DIGITAL

DE PUBLICAR A COMUNICAR CON ESTRATEGIA:

CÓMO MEJORAR TUS REDES SOCIALES Y CREAR CONTENIDO
QUE CONECTE CON TUS CLIENTES

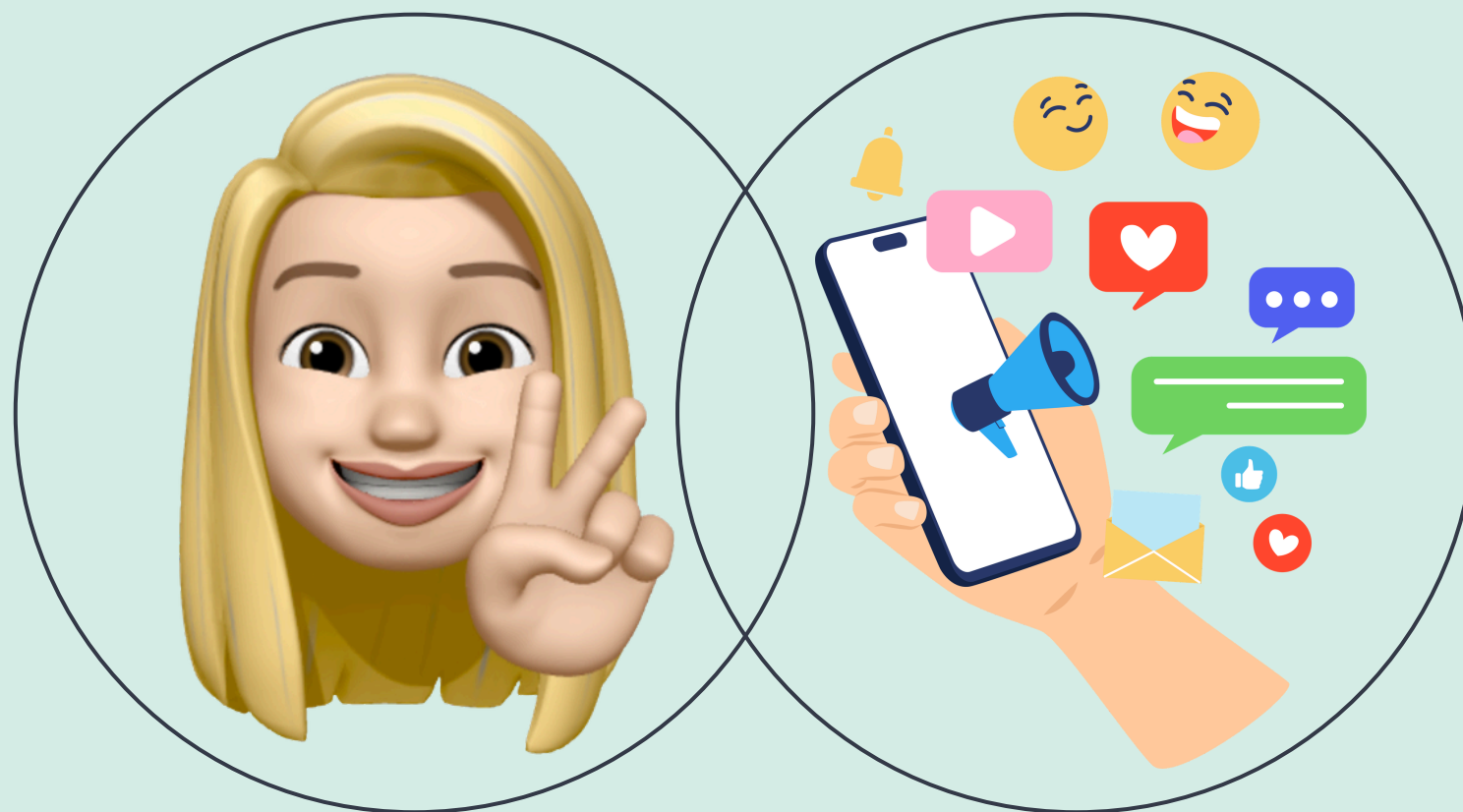
@meraki_agencia_digital



¿QUIÉN SOY Y POR QUÉ ESTOY AQUÍ?

LUCIA LLEDÓ

Directora Creativa
Meraki Agencia Digital



**MERAKI
AGENCIA
DIGITAL**

Agencia digital
especializada en
negocios locales

Esto sigue en Instagram
@meraki_agencia_digital

¿INSTAGRAM O LINKEDIN PARA **TU NEGOCIO?**

Estamos en ambas plataformas → @meraki_agencia_digital



INSTAGRAM → Conecta con tu público local

- Muestra tus productos y servicios con fotos, vídeos y stories.
- Genera cercanía, confianza y comunidad.

→ **Ejemplos:** tiendas, cafeterías y peluquerías.



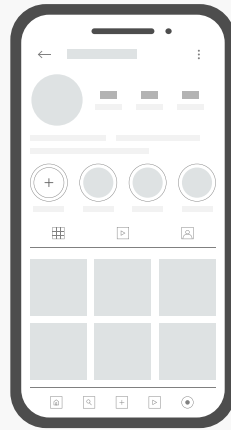
LINKEDIN → Conecta con otras empresas

- Comparte tu experiencia y refuerza tu reputación.
- Crea contactos y oportunidades de negocio.

→ **Ejemplos:** asesorías, consultorías y formación.

La clave: elige las redes que usa tu cliente y cuida tu presencia en ellas.

INSTAGRAM: FEED VS STORIES



FEED → Tu escaparate digital

- Muestra productos, servicios y consejos que permanecen.
- Cuida la imagen y la primera impresión de tu negocio.



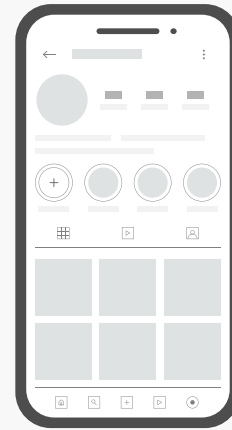
STORIES → El día a día de tu negocio

- Comparte novedades, equipo y procesos en contenido de 24 horas.
- Genera cercanía y conversación con preguntas y encuestas.

*El **feed** construye tu **imagen**.
Las **stories** construyen la **relación**.*

Combina ambos con un propósito claro.

INSTAGRAM: El feed



FEED → Tu escaparate digital

¿Qué publicar?

- **Productos y servicios:** lo que vendes y sus beneficios.
- **Trabajos realizados:** ejemplos y resultados reales.
- **Consejos útiles:** comparte lo que sabes.
- **Tu marca:** equipo, valores y lo que te diferencia.
- **Novedades y promociones:** lanzamientos y ofertas.

La clave: quien visite tu perfil debe entender en segundos **qué ofreces** y **por qué le interesa**.

INSTAGRAM: Stories



STORIES → El día a día de tu negocio

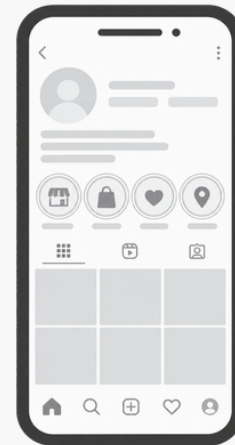
¿Qué publicar?

- **Entre bastidores:** cómo trabajas y quién está detrás.
- **Novedades:** productos, lanzamientos y eventos.
- **Momentos cotidianos:** lo que ocurre en tu comercio.
- **Conversación:** encuestas y preguntas para conocer a tus clientes.

La clave: muestra tu negocio con ***naturalidad y autenticidad.***

Propuesta de rutina:
publica stories 3–4 veces por semana.

INSTAGRAM: Destacados



Destacados básicos → Organiza tu perfil

- 01 Servicios
- 02 Productos
- 03 Nosotros
- 04 Opiniones
- 05 FAQ
- 06 Ubicación / Contacto

La clave: organiza tus destacados para que tus clientes encuentren lo **esencial** de tu negocio.

¿QUÉ PÚBLICO?

Defines tus pilares de contenido

Son los temas principales que repites en tus redes, con un propósito y un público claros.

¿Para qué sirven?

- Generar ideas: saber qué publicar.
- Dar coherencia: mantener un estilo reconocible.
- Publicar con intención: cada contenido tiene un objetivo.
- Crear comunidad: conectar con tus clientes.

La clave: define de **qué** vas a hablar, para **quién** y con **qué** objetivo.

LOS 4 PILARES DE CONTENIDO

01 LO QUE VENDO

Productos, servicios,
precios, ofertas



02 LO QUE SÉ

Consejos, tips,
tutoriales, conocimiento

03 QUIÉNES SOMOS

Equipo, valores,
proceso, historia



04 LO QUE ESTÁ PASANDO

Novedades, eventos,
día a día, temporada

PUBLICA CON INTENCIÓN

Sin una estrategia, es fácil improvisar, perder la constancia y mezclar mensajes.

Antes de publicar, responde a **3 preguntas**:

1. ¿Qué quiero contar?

Define el mensaje principal antes de abrir la app.

2. ¿A quién?

Piensa en tu cliente ideal, no en todo el mundo.

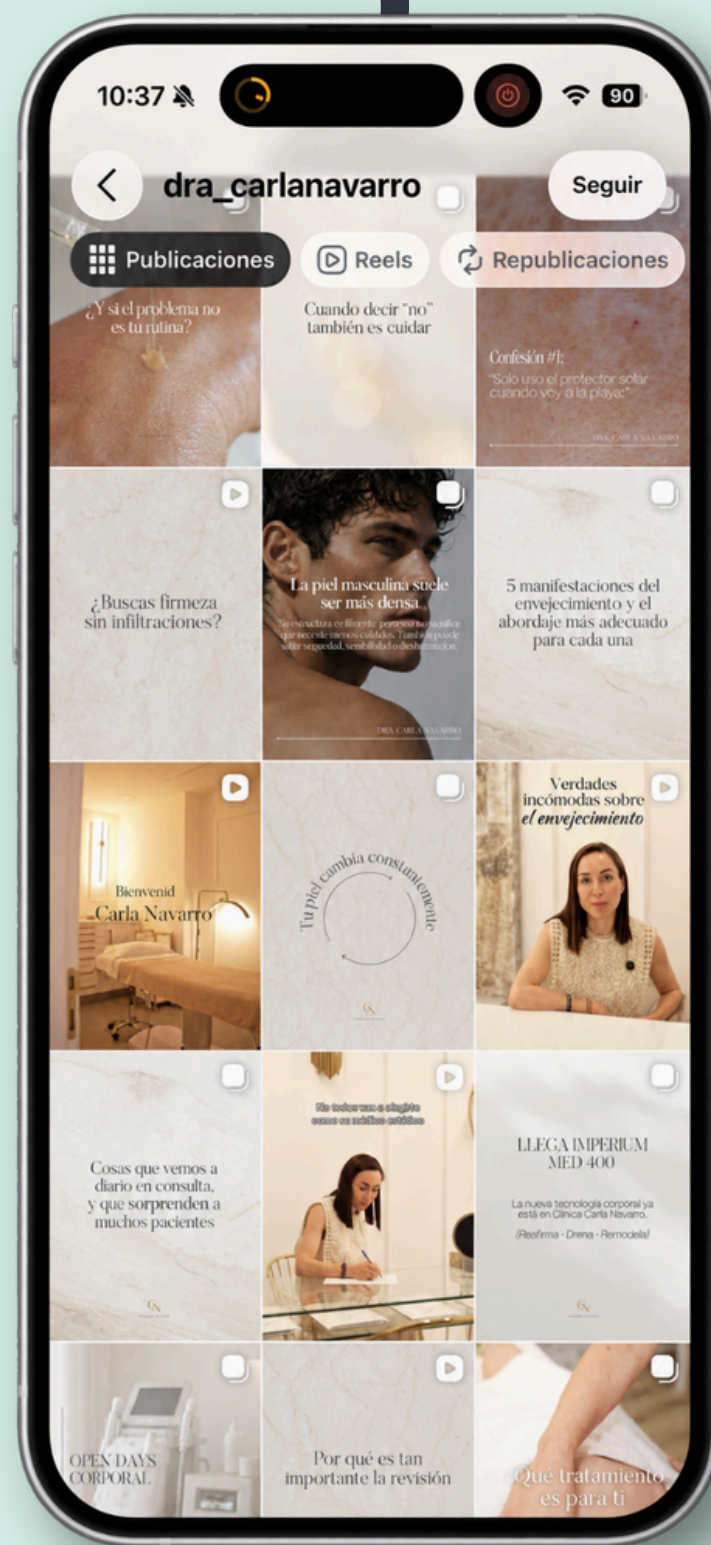
3. ¿Qué quiero que haga después?

Likear, guardar, escribirte, visitar tu web, venir a tu local.

La clave: cada publicación debe tener un **mensaje**, un **público** y un **objetivo claros**.

**“NO TODAS LAS MARCAS
TIENEN QUE COMUNICAR *IGUAL*.”**

Esto sigue en Instagram
@meraki_agencia_digital



@dra_carlanavarro

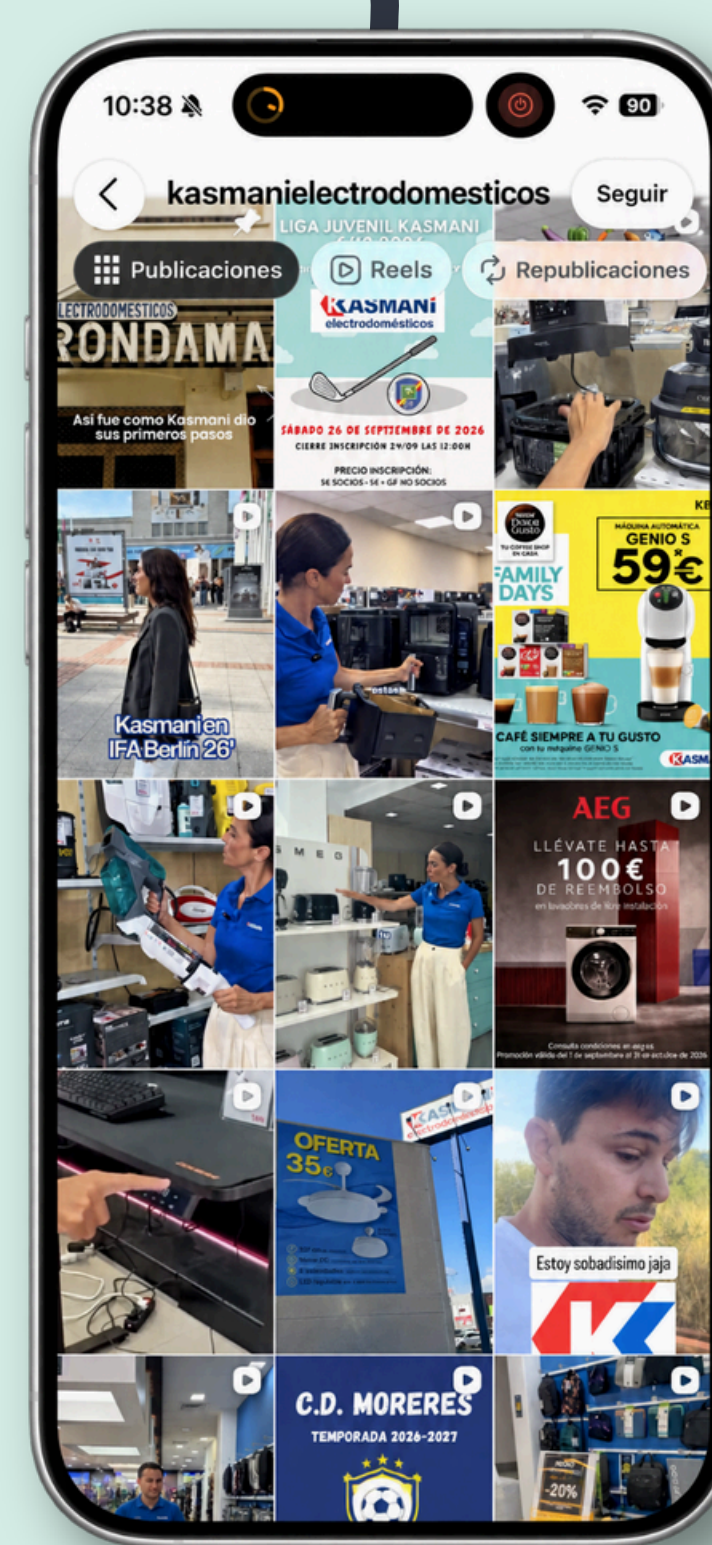
CLÍNICA CARLA NAVARRO

Estilo visual: Tonos suaves y estética uniforme.

Contenido: Consejos, tratamientos y dudas frecuentes.

Tono: Cuidado, educativo y cercano.

Qué transmite: Profesionalidad y atención personal.



@kasmanielectrodomesticos

KASMANI ELECTRODOMÉSTICOS

Estilo visual: Colores vivos y variedad de contenidos.

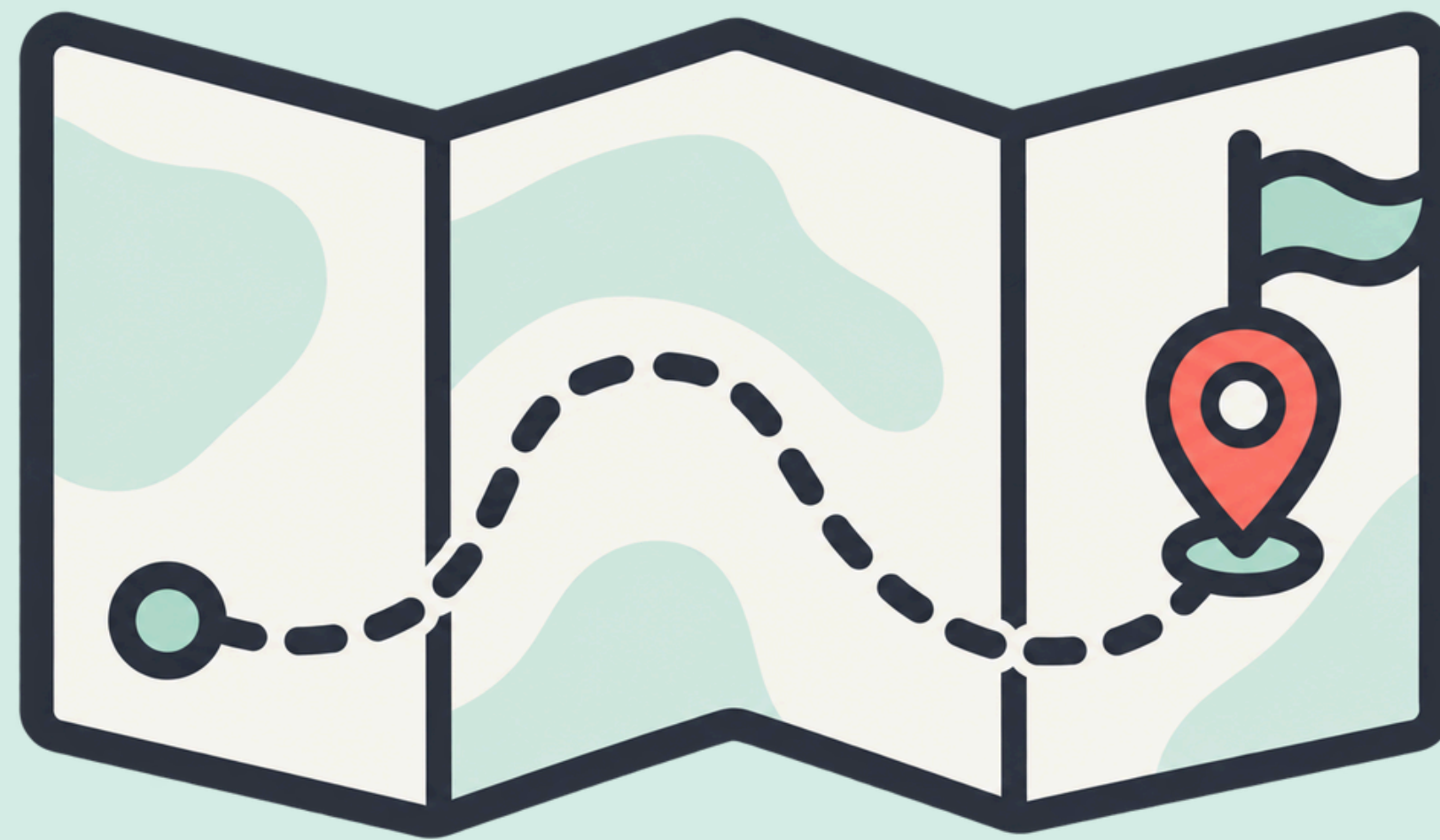
Contenido: Demostraciones, ofertas, tienda.

Tono: Directo, cotidiano y dinámico.

Qué transmite: Accesibilidad y conocimiento del producto.

RECUERDA QUE:

La estrategia es el mapa.
El contenido, el camino.



@meraki_agencia_digital

EJEMPLO PRÁCTICO: PANADERÍA LOCAL

01 LO QUE VENDO

"Nuestro pan de masa madre, horneado cada mañana desde las 6h"



02 LO QUE SÉ

"3 señales de que tu pan no está bien fermentado"

03 QUIÉNES SOMOS

"Un día en nuestra obrador: así empieza nuestra jornada"



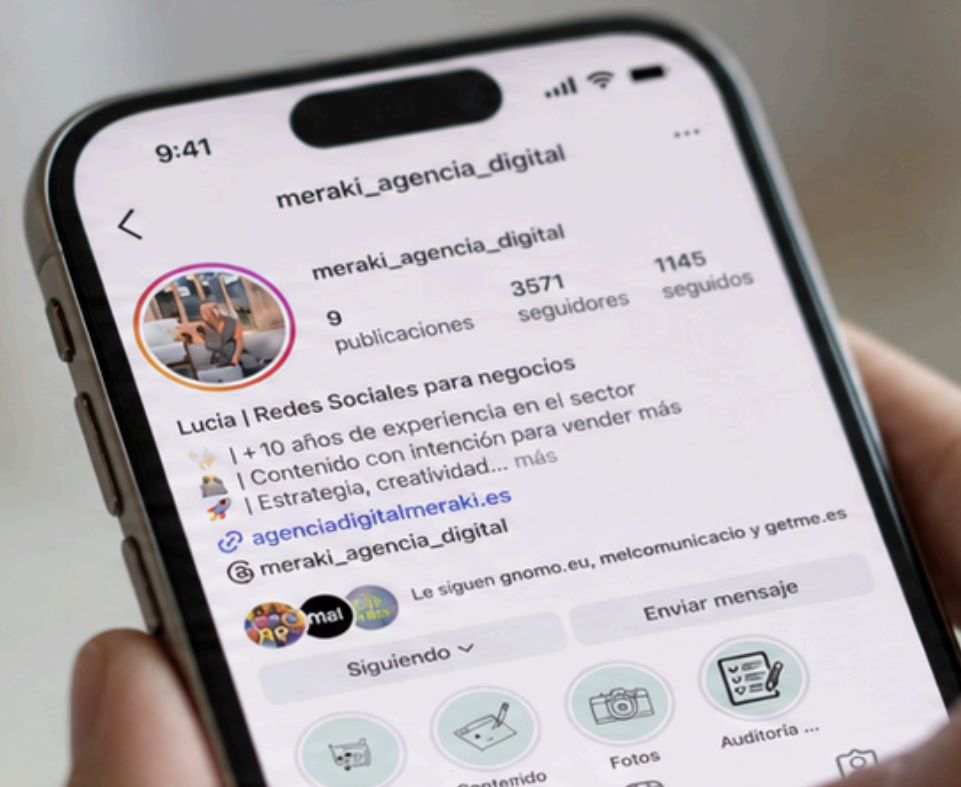
04 LO QUE PASA

"Esta semana tenemos roscón de temporada, solo hasta el viernes"

TU PERFIL EN 5 SEGUNDOS



¿A QUÉ SE DEDICA?



LA BIO PERFECTA



BIO: Presenta tu negocio en segundos

***Qué haces + Para quién + Dónde
+ Siguiendo paso.***

Ejemplo de negocio local:

- 👉 | Especialistas en jamón desde 1942
- 👩 | Tienda de productos gourmet
- 📍 | Castellón Benicàssim Villareal Valencia
- 🌐 | Descubre nuestros productos
Enlace a la web/Whatsapp

La clave: que quien llegue entienda qué ofreces,
dónde estás y cómo contactarte.

MAÑANA, PUBLICA CON MÁS INTENCIÓN

Define tus
pilares de
contenido

Decide qué
va al feed
y qué va a
stories

Revisa y
optimiza
tu bio

Pregúntate
siempre:
¿para qué
publico
esto?

No publiques más. *Publica mejor.*

**Pequeños cambios de intención
generan grandes resultados.**

Síguenos en @meraki_agencia_digital

meraki

AGENCIA DIGITAL

¡GRACIAS!
¿Preguntas?

