



Boat es una empresa de botes y accesorios de pesca, su mercado natural es grande, por lo general sus compradores son hombres entre los 40 y 60 años, con un nivel socioeconómico alto, que viven a las afueras de la ciudad.

El CEO de **Boat** ha estado pensando en incursionar en redes sociales, pero no tiene muy claros los beneficios de hacer una estrategia en redes sociales y la importancia de una estrategia de marketing de contenidos. Por esta razón ha concertado contigo una sesión de asesoría para que le expliques qué variables debe tener en cuenta para elegir una red social, y los beneficios de una estrategia de marketing de contenidos para sus redes sociales.

¿Preparado para el reto? ¡Adelante!



RETROALIMENTACIÓN

Has respondido correctamente si en la reunión asesoraste al CEO en los siguientes aspectos de redes sociales:

- Tener presencia en redes sociales es una forma de humanizar la marca y hacerla más cercana a su público objetivo.
- Los compradores de **Boat** son en la mayoría hombres entre 40 y 60 años con un nivel socioeconómico alto, por lo tanto, las redes sociales más apropiadas para su público objetivo serían Redes Profesionales y Redes generales como Facebook segmentando a su público para diseñar mensajes personalizados.
- Contar con una red social activa permite ofrecer servicio al cliente y hacer publicidad sobre las experiencias positivas de los clientes con sus productos.

Respecto a los beneficios de la implementación de una Estrategia de Marketing de Contenidos es importante mencionar:

- Agregaría valor a sus compradores potenciales.
- Soluciona las necesidades de su público objetivo.
- Mantiene presente a la marca en la mente de los seguidores.
- Puede hacerse reconocido en el sector gracias a todo el conocimiento que tiene sobre el campo.
- Es una estrategia menos invasiva para vender y hacer sentir al público como parte de la marca.