







**Qué**

**Por qué**

**Cómo**

**Cuándo**



# Estrategia digital

# Hábitat LAC

# Componentes



# Propósito

- Define la razón de ser de la estrategia
- Responde: ¿qué queremos lograr realmente?, ¿por qué es importante para nosotros y para nuestro público?
- Une objetivos comerciales con valores de la marca

**Fortalecer la presencia digital de la organización en la región, incrementando su visibilidad y reputación para generar mayor impacto en las audiencias a las que sirve.**

# Alcance

- Responde a preguntas como:
  - ¿Todas las actividades?
  - ¿Todas las redes sociales?
  - ¿En todos los momentos?

**Abarca todas las actividades digitales de Hábitat LAC, detallando las tácticas para sitio web, redes sociales, correos masivos, asegurando una presencia cohesiva y efectiva en todos los canales digitales.**

# Situación actual

- Responde a preguntas como:
  - ¿En qué plataformas estamos?
  - ¿Cómo se está funcionando y a quién llegamos?
  - ¿Qué da resultados, qué no?

## **Análisis digital 2024**

### **Análisis propio**

# Objetivos estratégicos

- Son los resultados claros
- Guían las acciones directamente sobre lo que se necesita lograr

- **Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de marca**
- **Incrementar la participación y el compromiso de las audiencias**
- **Apoyar en la sostenibilidad financiera**
- **Facilitar la comunicación y colaboración entre ON buscando alineación y coherencia**

# Objetivos específicos

- Son los resultados específicos y medibles
- Guían aún más todas las acciones

- Aumentar 15% el tráfico del sitio web
- Aumentar 15% el promedio de páginas vistas por usuario web
- Mantener el promedio de tiempo de permanencia por usuario web (3:03 min. esp, 2:35 min. ing)
- Lograr que las redes sociales aporten al menos el 10% del total de visitas web
- Incrementar 8% la base de seguidores en redes sociales
- Lograr consistencia y regularidad de posts mensuales
- Lograr consistencia en correos masivos mensuales

# Tácticas



- Enfoque de cada red social
- **Enfocado** en posicionar a Hábitat como un líder en impacto social y responsabilidad corporativa, enfocándose en la colaboración con empresas y profesionales.
- **Red social**
  - **Publicaciones** sobre alianzas estratégicas con empresas y organizaciones gubernamentales
  - **Enfoque**
    - **Contenido sugerido**
  - Convocatorias a profesionales para participar en programas de voluntariado corporativo, empleos, pasantías.
  - Noticias sobre premios, reconocimientos y avances en proyectos estratégicos.

# Plan de acción

	Sitio web	FB	IG	X	LK	Luminate	Outlook	Mailchimp	YouTube
<b>Sem1</b>	Noticia relevante	Repost de ON o contenido específico	Post sobre historia de familia "Buenas noticias" de las ON	Post con noticia relevante Repost de ON	Post sobre historia de familia	Correo masivo a base de datos español		Correo masivo a comunicadores luego de CoP (cuando ocurren)	Cuando aplique

# Componentes



# METAS

- Aumentar 15% el tráfico del sitio web
- Aumentar 15% el promedio de páginas vistas por usuario web
- Mantener el promedio de tiempo de permanencia por usuario web (3:03 min. esp, 2:35 min. ing)
- Lograr que las redes sociales aporten al menos el 10% del total de visitas web
- Incrementar 8% la base de seguidores en redes sociales
- Lograr consistencia y regularidad de posts mensuales
- Lograr consistencia en correos masivos mensuales

Usuarios del sitio web (español, inglés)

Páginas vistas por usuario del sitio web (español, inglés)

Tiempo de permanencia por usuario del sitio web (español, inglés)

Fuente de visitas web

Total seguidores en redes sociales

Cantidad de publicaciones en redes sociales

Cantidad de correos masivos enviados y tasa de apertura

# KPIs



INICIO

IMPORTANTE

DÍA 1 ▾

# Conferencia de comun

Noviembre 18 - 22 - San José, Costa Ri

AGENDA

FOTOS

03

:

01

:

Hours

