

Puericultura

Con Amor

POBLACIÓN



Mujeres jóvenes de la ciudad de Cali- Valle, principalmente a madres que hacen uso de Internet y de redes sociales para buscar información acerca de temas relacionados con la puericultura como la crianza, consejos de salud, lactancia y en general experiencias de esta hermosa labor

CRECIENDO CON AMOR



PROBLEMA

Este enfoque digital desempeña un papel muy importante en la calidad de vida de los bebés, ya que a medida que aumentan las funciones que desempeñan los padres, así mismo crecen las dudas, preguntas y expectativas a nivel de la crianza, la nutrición y los cuidados del bebé en general. Estas inquietudes son el motivo por el cual los "padres milenio" acuden a la Web. Lugar que carece de información.



JUSTIFICACIÓN

El proyecto se centra principalmente en la construcción de una estrategia de comunicación digital la cual sirva como canal de información y brinde apoyo a las madres que hacen uso del Internet y las redes sociales para obtener información acerca de la crianza y los cuidados para sus hijos, toda la información y las asesorías son respaldadas por la pediatra Ivonne Aldana.

CÓMO ES?

Clara, amigable, impactante y sobre todo informativa características propias de una campaña que buscara a partir del diseño la manera adecuada de impactar y persuadir a un público específico para encaminarlos hacia Las nociones básicas de la Puericultura, tips de alimentación saludable para niños, cuidados del bebé, entre otros.

Digital: Redes sociales y blogs

QUÉ ES?

Puericultura con amor, es un canal de comunicación y apoyo para las madres de Cali entre 19 y 40 años el cual promueve contenidos de valor especializados en temas como: Puericultura, cuidados del bebé, alimentación, lactancia materna, entre otros. A través de publicaciones en sus redes y entradas en el blog busca generar una comunidad digital que logre un alto posicionamiento en este entorno.

OBJ. ESPECÍFICOS

- 1 Determinar las principales necesidades que tienen las madres cuando acceden a Internet para obtener información sobre crianza, alimentación y puericultura.
- 2 Identificar qué tipo de información especializada esperan encontrar las madres en las redes sociales.
- 3 Generar el contenido apropiado para satisfacer las necesidades del público objetivo.



OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación de impacto sobre la importancia de "la alimentación saludable" en estudiantes de primer semestre de la universidad javeriana

DE QUE FORMA?

Se seleccionó una muestra de 18 madres a las cuales se les aplicó una encuesta que constaba de 6 preguntas, la cual buscaba información sobre qué tipo de contenido buscaban en las redes sociales, en cuanto a temas relacionados con la puericultura y además recoger información que ayudó satisfactoriamente para crear una estrategia digital que brindará apoyo a las madres a través de diferentes medios de comunicación online.



QUIÉN?

INTERVIENEN: Pediatras, Psicólogos
Aliados potenciales: pediatra Ivonne Aldana.
Reales: Mujeres jóvenes
Desarrolladores: Madres y mujeres embarazadas, que vivan en la ciudad de Cali o sus alrededores entre los 19 y 45 años.



DÓNDE?

Tendrá su desarrollo en medios digitales, inicialmente en la ciudad de Cali



PROCESO · RESULTADO

1 CREACIÓN DE MARCA

Puericultura con amor, es un canal de comunicación y apoyo para las madres de Cali entre 19 y 40 años el cual promueve contenidos de valor especializados en temas como: Puericultura, cuidados del bebé, alimentación, lactancia materna, entre otros. A través de publicaciones en sus redes y entradas en el blog busca generar una comunidad digital que logre un alto posicionamiento en este entorno.

Para crear el canal de comunicación se ha decidido desarrollar una marca que sirva como imagen y refleje el contenido que este va a proporcionar a los usuarios potenciales.



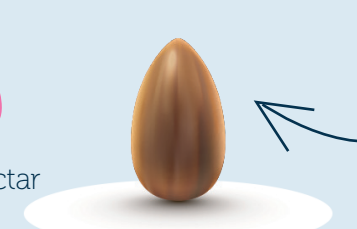
BOCETOS



RESULTADO



Dos semillas que se logran conectar pueden crecer en AMOR



Puericultura

Crianza y cuidado del niño durante los primeros años de la infancia.

Con Amor

Es a través del Amor que logramos conectarnos con el otro, por esto es necesario generar un vínculo afectivo fuerte entre los padres y sus hijos

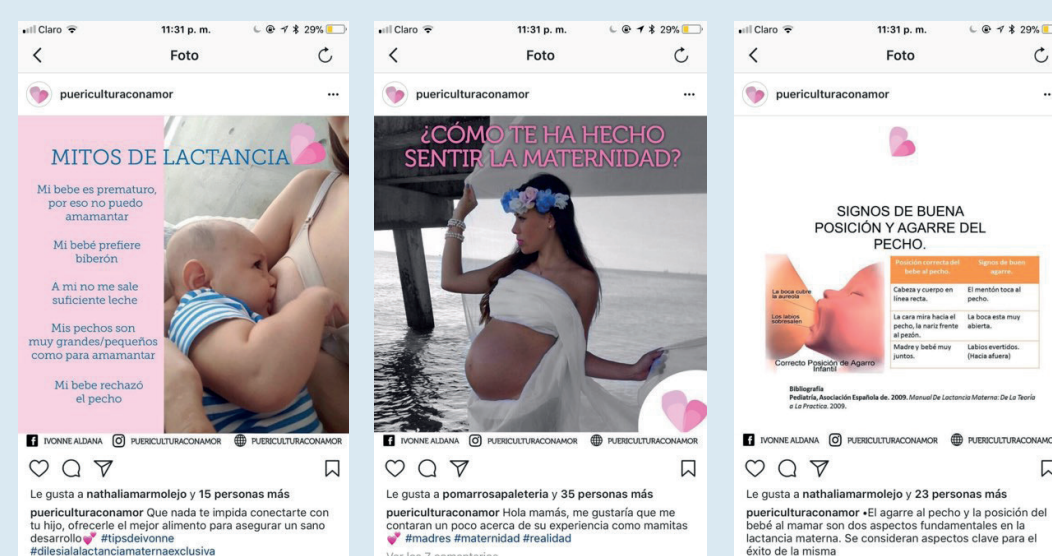
2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

A través de las redes sociales y el blog, dar a conocer el canal de comunicación que tiene como nombre Puericultura con amor. Impactar positivamente a las madres seguidoras de las redes y lograr afianzar la imagen mostrando nuestro interés y respondiendo todas las dudas que hagan llegar las madres.

Dar a conocer todos los canales de comunicación de Puericultura con amor. Compartir información de interés para las madres y sus bebés.

Las nociones básicas de la Puericultura, tips de alimentación saludable para niños, cuidados del bebé, entre otros.

RESULTADO



RESULTADOS EN INSTAGRAM

Tal como se planeo en el planner post, se publicaron todos los post propuestos en cada mes, día y hora exacta a la propuesta en el mismo. El post que abarca como te ha hecho sentir la maternidad fue el que mas movimiento tuvo en esta plataforma contando con 36 likes y 7 comentarios que confirman que a las madres les gusta compartir sus experiencias y aprender de otras.



RESULTADOS EN FACEBOOK

En esta plataforma se llevo a cabo una relación más directa con el público, por ser a su vez un tono más cercana, debido a que cualquier madre puede contactarse por medio del chat y obtener una respuesta dentro de un lapso de dos horas.