**PLAN DE GESTIÓN DE REDES**

**1.** **BRANDING**

Nombre: CANO

Logo:

Slogan: Retornando a mí esencia

Se piensa en la adaptabilidad de éste al proyecto del momento

Producto y servicio:

Show artístico de interpretación vocal e instrumental, con poesía y danza, que son expresados con la música de cada generación, y llevan a la evocación, por medio ritmos latinoamericanos, norteamericanos y colombianos, proyectados con una propuesta sensible y fresca.

Filosofía de la marca:

Evocar el reencuentro íntimo y profundo del estado más puro, de nuestra esencia, lo que éramos, cómo sentíamos y lo que vivíamos. En la infancia es donde revelamos nuestro verdadero ser, sin embargo con el paso del tiempo nos dejamos impregnar por las banalidades del mundo y nos olvidamos de nosotros mismos. Por medio de la música queremos evocar y fortalecer la esencia de cada uno, y traer orgullo por lo que nos liga a nuestra tierra, nuestras raíces.

**2.** **ESTADO DEL ARTE**

En el mundo hay diversidad de representaciones artísticas que dan muestra de las culturas propias de cada región. Este fenómeno no solamente se presenta a nivel nacional, sino también de manera internacional, donde se observa la relación de muchos artistas que optan por los géneros típicos de su región y país. Es una actividad establecida en el mundo y por tanto en Colombia, pero siendo estos excluyentes, pues representan netamente su propia cultura.

En Colombia existen múltiples grupos que tratan géneros musicales típicos, pero que lo han acoplando a su propio ritmo, generando así, nuevas combinaciones.

El buscador de Google arroja resultados de empresas en Pereira con este nombre, con la palabra clave Cano. Ninguna de estas empresas tiene una imagen fuerte dentro de la ciudad, siendo estas, empresas de vidrios y marquetería, y la otra de silenciadores y radiadores para autos.

Respecto a artículos, encontramos una gran amplitud de resultados, pues esta palabra clave, al ser un apellido, arroja resultados de muchas personas que lo poseen, entre ellos, columnistas y personas famosas.

CANO al momento no tiene página web, está en busca del dominio propio, el más opcional al momento es

[www.canobeat.com](http://www.canofolflor.com/)

Como opciones tambien se tienen en cuenta: [www.ritmocano.co](http://www.ritmocano.co) y [www.ritmoscano.com](http://www.ritmoscano.com/)

Actualmente el grupo solo opera mediante redes personales de los dos artistas en Instagram

@julianabedoyacano

@danielherreracano

En la web se encuentran una propuesta activa en la región, con el interés de prestar un servicio similar en La ciudad.

<http://pereira.locanto.com.co/Musicos-grupos-musicales/105/>

**3.** **MANUAL DE ESTILO**

Tipo de redes sociales:

Verticales: Con el fin de compartir contenido multimedia, Youtube

Horizontales: Con el fin de tener constante retroalimentación y fidelización del cliente, se manejará WhatsApp. Además de Facebook e Instagram donde con mayor frecuencia se compartirán contenidos audiovisuales y sonoros.

Perfil oficial de Facebook con el fin de poder comunicarnos con las personas de interés, mediante un grupo público. Se realizarán publicaciones de vídeos, fotos, presentaciones. Se usará el español, pero se responderá en el idioma en que realicen la participación.

Se clasificará los comentarios como dudas y solicitudes, aportaciones y críticas, está última si es constructiva se responderá de manera cordial y si es negativa se analizará y responderá.

Los videos que se publicaran en YouTube no sobreparasan los 10 minutos de duración, llevará el título y descripción correspondiente al show o temática del grupo. En cuanto al manejo de comentarios, estos tendrán especial atención y serán respondidos con prontitud.

Tono: Cordial y romántico

Principios para el manejo de redes sociales:

- Transparencia: el contenido que se va a mostrar es auténtico.

- Participación : por las distintas redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube se va a manejar una constante comunicación con los usuarios o públicos de interés.

- Servicio al público: Cano brindará de manera eficiente su servicio a quienes contraten su show, además de recibir sugerencias y opiniones por medio de las redes.

- El uso de las lenguas que va apropiar Cano en el marco de sus redes sociales será español y si el caso lo requiere ingles, como idioma universal.

Color: Blanco

**4.** **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA**

Con la presente campaña se espera lograr el reconocimiento de CANO en jóvenes y adultos de la región.

**5.** **RESULTADOS ESPERADOS**

Portafolio de servicios basado en los productos diseñados para difundir en la campaña.

Indicios de reconocimiento de CANO en la región

Sectorización del público por edades y ubicación geográfica

ENCUESTA

Si usted necesitara contratar un show musical, ¿Cuál de las siguientes páginas visitará?

A.  [www.canofolclor.com](http://www.canofolflor.com/)

B.  [www.ritmocano.com](http://www.ritmocano.com/)

C.  [www.ritmoscano.com](http://www.ritmoscano.com/)

D.  [www.showcano.com](http://www.showcano.com/)