

URL
www.MiamiShines.com

HASHTAG
#MiamiShines

INTRODUCCIÓN

La campaña Miami Shines tiene como objetivo revitalizar los viajes hacia y dentro del Gran Miami y las playas, brindando inspiración a personas deseosas de disfrutar y listas para viajar. Miami Shines se propone destacar algunos de los factores clave que hacen de Miami un destino turístico único, así como su espíritu y energía vibrantes. Este documento presenta algunas prácticas recomendadas, además de sugerencias para promover tu negocio como parte de esta iniciativa.

LOGOTIPO DEL PROGRAMA



COLOR PRIMARIO



TIPOGRAFÍA

Programa: **Neutraface 2 Text bold**
and Adobe Caslon Pro
 Texto: **Helvetica or Arial**

USO DEL LOGOTIPO

El logotipo debe usarse en todas las piezas colaterales del programa. Se debe incluir GREATER MIAMI AND THE BEACHES (solo se puede eliminar en piezas digitales más pequeñas en caso de que no sea legible).

[HAZ CLIC PARA DESCARGAR LOS LOGOTIPOS](#)

[HAZ CLIC PARA DESCARGAR LOS VIDEOS](#)

MEJORES PRÁCTICAS EN REDES SOCIALES ORGÁNICAS

Cada medio de comunicación social es diferente, pero aquí ofrecemos algunas sugerencias para presentar una fuerte exposición en las redes sociales:

- » Trata de dirigirlos hacia nuestro sitio web (MiamiShines.com) siempre que sea posible, ya que este sirve como un excelente recurso para aprender más sobre la campaña Miami Shines.
- » Las publicaciones programadas para la tarde y la noche (12:00-7:00 p.m.) generalmente obtienen mayor exposición y participación. Utiliza Facebook, Twitter e Instagram analytics para determinar los mejores momentos en los que puedes hacer publicaciones para tu audiencia.
- » Si estás buscando aumentar la visibilidad frente a tu audiencia, considera aumentar tus publicaciones orgánicas. Ten en cuenta que es mejor mantener un público objetivo más genérico.
- » Por favor, usa @MiamiandBeaches en Instagram y @VisitMiami en Facebook para que podamos ayudarte a amplificar tu mensaje en nuestros canales.
- » En futuras publicaciones, puedes usar los archivos PNG cuando hagas clic en el botón Haz Clic para Descargar los Logotipos para agregar el logotipo de Miami Shines a cualquier imagen que compartas en tus canales. Esto se puede hacer usando PhotoShop o herramientas gratuitas de edición de imágenes sociales como Canva.

MEJORES PRÁCTICAS EN INSTAGRAM

El siguiente es un ejemplo sobre la mejor manera de promover Miami Shines y tu participación en la campaña en Instagram. Siéntete libre de usarlo como base y agregarle tu estilo único. Por favor, usa la etiqueta @MiamiandBeaches y el hashtag #MiamiShines.



- » ¡Nos hemos asociado con @MiamiandBeaches para mostrar que nuestra ciudad brilla para ti, o sea, ¡que #MiamiShines! ¡Nos complace darles la bienvenida con el espíritu vibrante de Miami y estamos deseosos de que tu próximo viaje (estadía/viaje por carretera) sea el mejor!

Otros consejos para Instagram

En Instagram puedes usar hasta 30 hashtags (funciona mejor con menos de 15) para ayudar a aumentar tu capacidad de descubrimiento orgánico. Asegúrate de incluir el hashtag #MiamiShines, así como otros hashtags locales, hashtags específicos de la marca y otros más amplios de alto tráfico. Ante todo, favorece la relevancia y la oportunidad.

- » Las imágenes y videos cuadrados (relación 1:1) con colores vibrantes funcionan mejor en Instagram in-feed.
- » Cuando sea posible, utiliza elementos propios de la plataforma como stickers, filtros y lentes, así le darás al contenido una sensación auténtica y llamarás la atención.
- » La mayoría de las cuentas comerciales te permiten compartir una publicación en tu historia. Esta es una buena táctica si deseas compartir rápidamente publicaciones futuras con contenido que presente #MiamiShines.
- » Sé lo más activo posible, respondiendo a los comentarios e interactuando con tu audiencia.

MEJORES PRÁCTICAS EN FACEBOOK

El siguiente es un ejemplo sobre la mejor manera de promover Miami Shines y tu participación en la campaña en Facebook. Siéntete libre de usarlo como base y agregarle tu estilo único. Por favor, usa la etiqueta @MiamiandBeaches y el hashtag #MiamiShines.



- » ¡Estamos entusiasmados de asociarnos con @VisitMiami para ayudar a correr la voz de que Miami y las playas brillan, o sea, ¡que #MiamiShines! No podemos esperar a que vengas a disfrutar del vibrante espíritu y la cultura increíble de Miami. Dale un vistazo a nuestras últimas ofertas para ayudarte a planificar tu próximo viaje (estadía/viaje por carretera) a Miami.

Otros consejos para Facebook

- » Las publicaciones de imágenes y carousels funcionan mejor que las de texto. Usa la plataforma para exhibir medios atractivos.
- » Intenta contar una historia con cada publicación. Ya sea la idea detrás de la historia, un recuerdo positivo de Miami o los detalles de un próximo evento virtual, las historias ayudan a establecer conexiones más profundas.
- » Ten en cuenta tu mensaje al elegir qué tipo de publicación estás compartiendo. Los carousels y slideshows pueden contar una historia atractiva, mientras que los events hacen un gran trabajo al construir un acontecimiento específico.
- » No tengas miedo de participar en una conversación en la sección de comentarios. Después de todo, ¡las redes sociales deben ser sociales!
- » Para los boosted posts (publicaciones mejoradas), el texto no puede ocupar más del 20% de la imagen en miniatura o no se ejecutará; esto también es válido para Instagram. Puedes usar el Grid Tool de Facebook para verificar si tu imagen es compatible.

LINEAMIENTOS PARA LA PUBLICACIÓN DE VIDEO DE MIAMI SHINES

MEJORES PRÁCTICAS EN PUBLICACIÓN DE VIDEO

- » Publica siempre los títulos y descripciones adecuados para el video.
- » Cuando se cargue el video en cada plataforma, elige una imagen miniatura cautivadora. En Facebook e Instagram, estas miniaturas deben tener menos del 20% en texto.

- » Genera una mayor participación, vistas y shares publicando videos directamente en cada plataforma, en lugar de vincular desde videos de YouTube u otros sitios.
- » Solo se deben usar videos verticales para historias en Instagram y Facebook.
- » Publicar el video en Instagram stories es una excelente manera de presentar el video. Los stories (historias) te permiten agregar un elemento visual adicional (GIF, stickers, textos, etc.) o una llamada a la acción. Esto puede ayudar a llamar la atención de los usuarios a medida que se desplazan por varias historias. Ten en cuenta que la duración máxima del video para un story de Instagram es de 15 segundos.
- » Por el momento, los stories están produciendo una mayor actividad que los videos en el feed.
- » Puedes hacer un seguimiento de tu video story publicando el video en el feed para obtener vistas adicionales.
- » A continuación, encontrarás las mejores prácticas de cada una de las plataformas:

LINEAMIENTOS PARA VIDEOS DE INSTAGRAM STORIES

- o La resolución recomendada es 1080 x 1920
- o La resolución mínima es 600 x 1067
- o El formato de pantalla es 9:16
- o El tamaño máximo del archivo es de 4 GB
- o Los formatos de video recomendados son .MP4 y .MOV. La duración máxima del video es de 15 segundos

LINEAMIENTOS PARA VIDEOS PUBLICADOS EN EL FEED DE FACEBOOK

- o Las dimensiones de video recomendadas son 1280 x 720 para modos Paisaje y Retrato
- o El ancho mínimo es de 600 píxeles (la longitud depende del formato de pantalla) para modos Paisaje y Retrato
- o El formato de pantalla es 16:9
- o El formato de pantalla vertical es 9:16 (si el video incluye enlace, el formato de pantalla es 16:9)
- o El formato móvil renderiza ambos tipos de video en formato de pantalla 2:3
- o El tamaño máximo del archivo es de 4 GB
- o Los formatos de video recomendados son .MP4 y .MOV
- o La duración máxima del video es de 120 minutos
- o Los cuadros máximos de video son de 30 fps

Límite de caracteres

- ° Contenido máximo: 280 caracteres
- ° Recomendado: 90 caracteres (si se usa un enlace)
- ° Titular: Máximo 25 caracteres
- ° Descripción del enlace: Máximo 30 caracteres

LINEAMIENTOS PARA VIDEO DE FACEBOOK

- ° Las dimensiones mínimas son 500 x 500
- ° Dimensiones de patanllas: 1:91 a 9:16, con barras de color degradado renderizadas arriba y abajo en videos por debajo de 9:16. El campo de texto tambien debera ser ubicado en los videos que tengan una dimension de pantalla mas pequena que esta
- ° El tamaño máximo del archivo es de 4 GB
- ° La duración máxima del video es de 15 segundos
- ° Los formatos de video recomendados son .MP4 para web y .MOV para dispositivos móviles

[HAZ CLIC PARA DESCARGAR LOS VIDEOS](#)