



CURSO

2023



CONTENIDO

- **ESTRATEGIA**
 - Estrategia a largo plazo
 - Objetivos a corto plazo
 - Identidad de la marca
- **CONTENIDO**
 - Creación de contenido
 - Distribución del contenido
 - Tipo de contenido
 - Cuál es la función de cada contenido



Estrategia

Estrategia a largo plazo

¿Cuál es mi propósito general? ¿Cuál es la visión de mi marca? ¿Hacia dónde quiero ir con todo esto? Hay que proyectarse a largo plazo (**10 años mínimo**). La estrategia debe ser algo que puedas lograr en 10 o 15 años.

Los objetivos a corto plazo: ¿Qué pasos debo dar para cumplir mi estrategia? ¿Cuáles son las pequeñas cosas que debo ir haciendo para cumplir esa estrategia a largo plazo?

Estrategia en redes: Crecer y generar comunidad.

Identidad de la marca:

(aquí nos vamos a preguntar lo siguiente):

- ¿Nombre de tu marca?
- ¿Tono de voz?
- ¿Logo?
- ¿Tipografía?
- ¿Color?

Estudio de mercado:

Vamos analizar nuestra competencia

- Revisar los precios
- Tener un público objetivo:
¿A quién me dirijo? ¿Qué género? ¿Qué edad?



Contenido

El contenido se va a crear en base a la estrategia a largo plazo y la estrategia en redes, la cual es crecer y generar comunidad. Para mí es lo más importante que hay.

A la hora de crear contenido debemos tener muy claro los diferentes pilares que vamos a trabajar, son **8 pilares**. Los pilares son, el pilar educativo, el informativo, el que inspira, el de entretenimiento, el que genera interacción y por último el que genera conexión.

Guarden esto: Antes de empezar a vender debo empezar a generar valor.



-Vamos a crear contenido educativo:

El contenido educativo hay que pensarlo de la siguiente manera: ¿Que le quiero enseñar a la gente? ¿Cómo puedo demostrarles a mis seguidores que sé de algo? ¿Qué quiero que sepan sobre mi negocio? ¿Qué puedo aprender yo que les pueda enseñar a ellos?

¿Qué valor genera esto?

Le estas diciendo a la gente que sabes de lo que estás hablando, que eres una persona en la que pueden confiar. Estás generando una emoción en la persona que te va ayudar a ti para que puedas vender.

Ejemplos de contenido:

Contenido de 5 cosas que no saben sobre x, Un contenido de "sabias qué?" Un contenido sobre "te apuesto que no sabias esto", Un contenido de "cosas que aprendí a mis 30" y así sucesivamente para que el contenido no sea aburrido y puedas entretener a las personas.



-Vamos a crear contenido Informativo:

¿Que noticia puedo contarles a las personas? ¿Qué información les puedes brindar que se asemeje a mi negocio o a mi nicho?
¿Qué tip informativo le podría dar a las personas?

¿Qué valor genera esto?

Por medio de los tips informativos o noticias bien contadas y bien estructuradas les estamos mostrando a la gente que somos capaces de entregar información gratis que a ellos les puede servir para su negocio o para su diario vivir. Estamos mostrando que somos capaces de manejar cualquier tipo de información y transformarla para que tu comunidad la pueda digerir mejor.

Ejemplos de contenido:

Contenido de “Esta noticia te hará irte de espaldas” contenido de “Cosas que las aerolíneas no quieren que sepas” Contenido sobre alguna noticia que puedas acomodar a una experiencia tuya o de tu negocio. Contenido de “Cómo afecta la inflación a mis productos.”



-Vamos a crear contenido que inspire:

Cuando hagamos este contenido debemos pensar en nuestra propia historia, de cómo empezamos, qué hemos conseguido, que hemos logrado tanto a nivel emocional como económico. Cómo creo el contenido que inspire a las personas a ser mejores.

¿Qué valor genera esto?

El valor que vamos a generar con este contenido es poder mostrarnos más humanos, menos estrellas y más humanos. Que todo tiene un proceso, que no todo es color de rosa, que tenemos dificultades pero que podemos lanzarnos con toda al abismo que algo bueno nos va a pasar. Inspira a tu comunidad a ser mejor cada día.

Ejemplos de contenido:

Contenido de “3 errores que cometí antes de empezar” Contenido de “fracasos que me golpearon en la vida” Contenido de “Como logré tener 2 tiendas en menos de 1 mes”



-Vamos a crear contenido de entretenimiento:

Cuando hagamos este contenido debemos pensar en cómo podemos divertir a las personas, como podemos hacerlas que se identifiquen con nuestro contenido y se puedan reír.

¿Qué valor genera esto?

El valor que vamos a generar con este contenido es lograr vernos como personas simples, jocosas, que no todo es seriedad en la vida y que podemos tener espacios para reírnos. Le decimos a la gente que somos igual que ellos.

Ejemplos de contenido:

Podemos hacer memes, videos de tipos de persona haciendo algo. La idea es buscar cosas con las que tus seguidores se puedan identificar.



-Vamos a crear contenido que genere interacción:

Cuando hagamos este contenido debemos pensar en lo siguiente, qué contenido puedo hacer que se pueda compartir, dar like, comentar y guardar.

¿Qué valor genera esto?

Estamos empezando a compartir con la comunidad, estás haciendo contenido que permita que la gente interactúe y que pueda hacer parte de tu marca sin necesidad de venderle. La idea es que cuando publiques este tipo de contenido la gente no solo te vea como “el teso de las redes” sino como esa persona que hace que su comunidad comparta contigo por medio de sus post.

Ejemplos de contenido:

Podemos hacer contenido con preguntas a los seguidores “Que prefieren, esto? o esto?” contenido como “Si pudieras viajar a donde viajarías?”



-Vamos a crear contenido que genere conexión:

Cuando hagamos este contenido debemos pensar en lo siguiente:
¿Cómo voy a lograr más cercanía con mis seguidores? ¿Como voy a lograr ser parte de sus vidas? ¿Cómo hago para que sean parte de mi vida? ¿Como los hago familia?

¿Qué valor genera esto?

Creo que el mismo nombre lo explica todo y es generar conexión mucho más personalizada con tus seguidores o comunidad.

Ejemplos de contenido:

Hacer lives. Es combinar los 7 pilares por medio de un live, podrían un día hablar de 5 cosas en las que estás fallando, como pueden tener un conversatorio sobre alguna noticia, podrías dictar una clase gratis etc etc.



Distribución del contenido / Tipo de contenido y Tips

Reels, Historias, Carruseles, Tik Tok, Lives, Post de 3 minutos.

Esto que les voy a contar es supremamente importante porque así es que vamos a organizar siempre nuestro contenido. De esta manera, es que vamos a pensar para llegar a nuestra estrategia que es generar comunidad. Todo lo que diré a continuación está conectado.

- Primero, pensar en una idea.
- Segundo, debemos buscar el mensaje que atraiga / atrape.
- Tercero, el valor que ese contenido ofrece (piensa en los pilares).
- Cuarto, debemos generar una emoción (risa, llanto, felicidad, amor).
- Quinto, viene la venta.



¿Cómo sacamos una idea?

- Buscamos ejemplos de marcas que te inspiren.
- Buscamos un referente.
- Analizamos qué fue lo que más nos gustó de esa persona y lo adaptamos a nuestro lenguaje.
- Recuerden algo, Instagram se copió de Snapchat con las historias, se copió de Tik Tok con los reels, se copió de Twitter para vender su chulo azul, se copió de Telegram para crear comunidad. Pero el éxito de Instagram está en hacerlo a su manera.

¿Cómo sacamos un mensaje que atraiga?

- Debemos pensar ¿cómo hago para que se detenga esa persona a ver mi contenido?
- ¿Qué mensaje debo darles a los seguidores al inicio del video para que se queden?
- ¿Cómo captamos la atención de las personas?
- Ya les di ejemplos en los pilares que puedan usar. Recuerden que no es la mejor parte del video sino la parte que más atraiga o atrape a tu comunidad.



¿Cómo generamos valor?

- Esto todo se explicó en los pilares.

¿Cómo generamos emoción?

- Esta es clave porque no solamente se trata de contar una historia para generar emoción. Debes tener en cuenta lo siguiente:
 - La historia como tal.
 - La edición.
 - La música.
- No puedes generar una emoción de llanto si vas a colocar una música de risa. Hay que pensar correctamente en la emoción que vas a generar para así editar tus videos.

¿Cómo generamos la venta?

- A Través de una idea, creamos el mensaje, entregamos valor, causamos una emoción y luego una venta.
- Para generar ventas hay que enfocarse más en entregar valor a las personas que solo venderles y ya.



Cuál es la función de cada contenido + Tips.

Reels:

Generan alcance.

Historias:

Interacción.

Carrusel:

Interacción.

Post de 3 minutos:

Comunidad.

Live:

Conexión.



Reels:

Los reels son videos que duran hasta 90 segundos y se crearon para hacerle competencia a Tik Tok. Los reels básicamente son los que te generan alcance en la plataforma de instagram.

Tips generales a la hora de subir un reels:

- De 3 a 5 segundos ponemos la parte más llamativa o importante del video.
- El vídeo debe llevar un título, ese título no debe superar los 3 a 4 segundos.
- El vídeo debe llevar una portada y esa portada debe ser llamativa.
- El video no debe tener espacios en blanco.
- En el video debe pasar algo cada 4 a 5 segundos (cambio de cámara, subtítulos, zoom etc). El video debe ser interactivo. Clave que el reel dure 40 segundos.
- La música en tu video es clave para generar emociones.



Historias:

Las historias se crearon para hacerle competencia a snapchat la cual una aplicación que te permite grabar videos y que luego se borren a cierto tiempo. En este caso las historias de instagram se borran a las 24 horas. Las historias se hicieron para generar interacción con tus seguidores y luego para vender.

Tips generales a la hora de subir historias:

- La primera foto o video que subas debe ser muy llamativo y debe tener un sticker de interacción.
- Cuando subas historias debes hacer que tus seguidores se interesen tanto que quiera interactuar con tu foto o video.
- Luego las siguientes 4 fotos o videos deben generar valor en las personas y encima de eso deben ser tan buenas que hagan que el seguidor quiera ir hasta el final.
- En la última historia vamos a colocar el link de comprar para que la persona que esté interesada pueda ir a ver tus servicios.
- Solo incluye el link de venta 3 veces por semana, de resto solo genera valor en las historias e interactúa, no aburras a la gente con tanto link de compra.
- Si vas a subir videos que no excedan los 15 segundos.
- Vamos a subir de 3 a 5 historias diarias, máximo 7.



Carrusel:

Se le llama así medio a las fotos o videos que subes en un solo post.

Tips generales a la hora de subir Carruseles:

- Subir de 5 a 10 fotos por carrusel.
- La primera foto debe ser tan llamativa que te haga parar para verla.
- Cuando pongas la primera foto, esa misma foto debe llevarte a la segunda y así sucesivamente hasta la foto 10.
- Mi recomendación es no hacer videos estos carruseles, distraen mucho.
- Debes pensar siempre en cómo voy hacer que la gente escriba un comentario, ponlos a interactuar en estos carruseles. Las preguntas siempre son buenas.



Post de 3 minutos:

Un post de 3 minutos se hace básicamente para explicar algo que no cabe en 40 segundos. Crea comunidad porque los que realmente te siguen van a escuchar y comentar el video.

Tips generales a la hora de subir un post de 3 minutos:

- De 3 a 5 segundos ponemos la parte más llamativa o importante del video.
- El vídeo debe llevar un título, ese título no debe superar los 3 a 4 segundos.
- El vídeo debe llevar una portada y esa portada debe ser llamativa.
- El video no debe tener espacios en blanco.
- En el video debe pasar algo cada 12 segundos (cambio de cámara, subtítulos, zoom etc). El video debe ser interactivo.
- La música en tu video es clave para generar emociones.



Live:

Vamos a usar los pilares para construir nuestros live y hablar con nuestra comunidad. Un live no debe durar más de 30 minutos.

Tips generales a la hora de hacer un live:

- Avisar 4 días antes.
- Interactuar por medio de las historias y dar tips o trucos de lo que se viene en tu live.
- Usa tus historias para conocer que prefiere la gente y por qué.
- Haz el live así haya una sola persona.

Tips importantes para tu negocio:

- Un perfil bien organizado.
- Portada en todos tus videos.
- Un link que lleve a tu página o negocio.



GRACIAS