**Empresa:** Humano Despierto

**Consulta:** Jueves 22 de Noviembre

Contenido para redes sociales

Lo ideal es que la información/contenido de cada red social no sea el mismo, porque sino las personas dejan de consultar las demás redes sociales. A su vez todas deben estar orientadas a comunicar tu mensaje global. En los últimos años en comunicación ha tomado relevancia el concepto de “transmedia”, el transmedia hace referencia a la convergencia de medios por los cuales se pone a circular un mensaje global. Transmedia se diferencia de Crossmedia, que es mismo mensaje comunicado en diferentes medios (ej: una novela, que es llevada al cine en una película, que luego se transmite en televisión); el mensaje transmedia implica que los diferentes canales de comunicación se complementan para crear un mensaje global. Un ejemplo sería una novela de televisión que pasa adelantos en su canal de youtube, que desarrolla otros aspectos de la vida de los personajes en las redes sociales de la novela.

En nuestro caso lo idea sería que Humano Despierto no transmita el mismo mensaje en cada una de sus redes (youtube, Facebook, Instagram, plataforma web) sino que se complementen, y que se direccionen de uno a otro, especialmente en el que más nos interesa (el que más nos interesa pueda variar, hoy puede ser youtube pero más adelante puede ser la plataforma web donde estén los cursos on line).

Hasta el momento habíamos hablado de que el contenido/producto que ofrece Humano Despierto son charlas en formato de video y próximamente cursos on line. El jueves hablamos de esta posibilidad de dividir el contenido por red social:

\* Youtube: Video con charlas.

\* Facebook: Videos breves/textos con links a youtube (o pueden ser los videos youtube insertados con el link para promocionarlos); consejos/reflexiones en formato de textos.

\* Instagram: imágenes con frases invitando a ir a youtube.

En la plataforma web irían los cursos y talleres on line.

Dijimos que debías evaluar qué contenido era para promocionar y qué contenido era para cursos y talleres. Una posibilidad era que dividas el contenido general para promocionar (ejemplo un video donde cuentes en 4 hasta 10/15 min la relación de las piedras con los signos) y luego hagas videos donde hables de cada piedra o signo en particular y esos videos sean los cursos pagos.

Estuve viendo la plataforma de María Montenegro. Ella hace videos en youtube de 2:29 min donde promociona por ejemplo “Cómo usar el placer como un catalizador del metabolismo” y te cuenta brevemente y da concejos pero para más información debes ir a su plataforma. En la plataforma te vende cursos y recetas y te da concejos en el blog (<http://blog.mariamontemayor.com/2017/09/50-sintomas-de-un-exceso-de-estres/>) pero al final de los concejos te ofrece que tomes un taller en línea.

Formato

Es importante presentar la información/contenido de la manera más simple y visual posible, es decir, se debe estructurar la información en partes. Para estructurar la información se pueden usar subtítulos, preguntas retóricas, ítems, pasos. No importa que suene a receta de cocina, la estructura y el lenguaje simple agiliza la lectura. En tu caso para palabras específicas pero complejas podée usar aclaraciones menos complejas que completen la información (e inclusos links internos en la plataforma que te lleven a otra sección donde amplias la información).

Es importante empezar siempre con un título claro y si es posible con gancho; el primer párrafo es importante porque si la gente no se engancha deja de leer, por eso hay que pensar la manera de redactarlo estratégicamente interesante o que mueva a la curiosidad.

En cuanto a lo visual, se aconsejan los ítems y los párrafos no muy largos porque hacen ver al texto con más espacio y menos pesado de leer, también es útil resaltar con uno o varios colores los subtítulos o frases destacadas, la utilización de negritas también es útil y las imágenes (fotos, dibujos, infografías) o videos intercalados.

En el link que puse arriba del blog de María Montenegro “50 síntomas comunes de un exceso de estrés” se ve esto que te estoy diciendo y que te aconsejé el jueves para los posteos de Facebook como el de alimentación.

Unidad Visual

Es importante que todos los productos de una empresa mantengan una unidad visual, que respeten un estilo gráfico. Esto es:

\* colores de la empresa (se debe usar los colores de la paleta de colores de la empresa)

\* tipografía (se debe tener una carta de tipografías que respeten características comunes y se deben usar siempre las mismas; se puede tener seleccionadas una para flyers, otra para títulos de la plataforma webs, etc)

\* estilo de imágenes: si se utilizan fotografías se deben hacer siempre con el mismo estilo (María Montenegro, por ejemplo, hace fotografías con fondos luminosos, ella viste ropa con colores de su logo, fotografía objetos con los colores de su logo); si se hacen videos deben tener todos los títulos con los mismos colores, tipografías, misma música de inicio (se pueden hacer diferentes presentaciones para diferentes videos, ej tapas violetas para cursos, tapas azules para charlas y cada uno con una música de inicio y cierre que los unifique)

Plataforma web

En la plataforma web dijimos que sería el lugar para vender las consultas on line vía skype (también en las redes las podes promocionar) y los cursos. Por lo que vi, Maria Montemayor, tiene todos cursos en diferido, es decir, son on line porque la gente los toma en línea desde la plataforma pero no son cursos en vivo. Algunos cursos son audios grabados, otros son textos. También se dictan cursos en videos e imágenes, por ejemplo, yo tomé un curso de diseño gráfico donde por semana me mandaban un pdf con texto explicando parte del contenido y me enviaban un link con una contraseña para que vea un video donde se me explicaba cómo usar Illustrator. Son todas opciones interesantes porque vos producís el contenido del curso y después lo revendes, siempre el mismo contenido.

Promoción

Para promocionarte, como mencioné arriba, es útil hacer publicaciones en diferentes formatos (texto, imagen, infografía, video) con un poco de información porque interesa a las personas para que deseen saber más. También sugiero que hagas flyers donde promociones los talleres, las consultas por skype y tus charlas. Esos flyers los publicás en las diferentes redes y vas generando interacción con tu público. Por el momento podrías empezar con las consultas por skype. Y yo diría que sería interesante que hagas videos o escritos donde expliques brevemente en qué consiste los servicios que ofreces y qué beneficios tienen. Mientras más puedas fragmentar la información mejor porque vas a poder hacer más videos/textos promocionales. Ej: la astrología terapéutica para conectarte con tus habilidades personales/con tu meta en esta vida/etc y hablás en 2 min explicando los beneficios y ejemplos si es posible; los casos reales en la actualidad son muy valorados.

También hay que pensar contenido para los videos en vivo por Instagram y Facebook live, ese contenido tiene que ver con el momento presente, se me ocurre que un día de luna llena hagas un video en vivo en tu terraza hablando unos minutos del tema (a vos se te van a ocurrir cosas mejores!) En Facebook live se dan cursos gratuitos o charlas que presentan futuros eventos y son muy valorados; durante un tiempo se promociona la charla en vivo donde se va a hablar de X tema (ej: la presentación de un curso, de un libro), luego se hace la presentación (a veces la gente hace preguntas en vivo por Facebook a quien está haciendo la charla) y luego el video queda en la red (Facebook). Son todas herramientas para promocionarte.

Videos

Ví dos videos de Jaconor 78, el sonido no es muy bueno y la edición tampoco. Supongo que el se filma así mismo y luego con edición de video se pone diferentes fondos y agrega las imágenes. No me pareció muy atractivo visualmente ni muy sofisticado. Creo que podes hacer lo mismo con la filmadora casera de una cámara de fotos e incluso con la cámara web de tu computadora. Por otro lado ví un par de videos de Maria Montemayor, y se veía que tenía micrófono corbatero (los que se enganchan en la ropa), tres luces y una cámara. Por eso se ve mejor iluminada.

Considero que lo más conveniente, en un principio, si no queres hacer una inversión de video profesional (lo cual es costoso), es que te grabes con la cámara de la computadora en un lugar lindo e iluminado de tu casa o patio y que con una edición básica le agregues un título al inicio con un flyer y tu contacto al final (redes) y un poco de música al inicio y al final. Y después con el tiempo, cuando empieces a tener ingresos con la empresa, lo mejor es que tengas tu cámara para grabarte y tus luces. Y en todo caso inviertas en que te graben y editen para tus cursos y talleres.