



Las **7 claves** **infalibles** para pasar de un contenido aburrido a un **contenido** **irresistible** en **LinkedIn**



Cuántas veces has escuchado eso de
“tienes que hacer contenido de valor”.

Pero realmente ¿qué es contenido de valor?, ¿cómo sé que estoy haciendo algo de valor en LinkedIn?

Que sí, que el contenido es el rey, pero si no tienes ni idea de qué elementos son necesarios para crearlo, todos tus esfuerzos de llamar la atención de seguidores y potenciales clientes caerán en saco roto.



1

Relevancia

Todo contenido que generes para LinkedIn debe responder a los dolores y problemas presentes en el día a día de tu target.

Debes analizar qué le preocupa a tu audiencia, qué le quita el sueño, qué busca por Internet para solucionar su problema, qué desea lograr en su vida personal y profesional....

Eso sí, busca el equilibrio entre lo que le interesa a tu target y lo que te interesa contar para vender tu producto/servicio.



Utilidad

Cada pieza de contenido debe ser útil y práctica en sí misma.

Debe solucionar algo que es relevante para el target de forma inmediata y ser aplicable en el instante.

Este post es un ejemplo.

Después de su lectura, vas a saber si lo que estás creando, reúne o no los requisitos mínimos de calidad para considerarse de valor.



Visión única

Es habitual ver contenido copiado y replicado.

Si no eres capaz de crear un discurso de marca propio, una visión única de cómo ves y sientes lo que te rodea y no te arriesgas a desafiar lo que se hace en tu sector, serás tan invisible como un cuervo en la noche.

Investiga, inspírate, cura contenido pero no para copiar, sino para aprender y hacer crecer tu pensamiento crítico ante la vida.



Profundidad

Aléjate de los clichés y la superficialidad. Frases hechas y tópicos absurdos que no llevan a nada. Frases motivacionales vacías, mensajes que navegan en los mismos lugares comunes, discursos obvios y previsibles como...

"No esperes a estar motivado, hazlo ya", "La constancia es tu aliada", "Sal de tu zona de confort"...

Si quieres convertirte en una versión barata de Mr. Wonderful y aumentar seguidores a base de clichés, allá tú. Si buscas clientes, sigue leyendo.



Específico

No caigas en mensajes, expresiones y frases vagas, genéricas y abstractas.

Cuanto más especificidad, más credibilidad y autoridad generas.

No es lo mismo decir "miles de euros en un mes " que "12.356 € en un mes".

Dota a tu contenido de datos, de concreción y detalle (siempre conciso) para despertar la curiosidad, el interés y que la gente te perciba como un experto que sabe lo que dice.

Generoso

Antes creía que debía contar lo justo sobre lo que sé. Pero con el tiempo me he dado cuenta que cuanto más valor compartas, mejores resultados obtienes.

Por supuesto, siempre en su justa medida.

El % de personas que llevan a la práctica todo el valor gratuito que leen es muy reducido y siempre acaban buscando ayuda profesional.

No tengas miedo a compartir todo lo que sabes





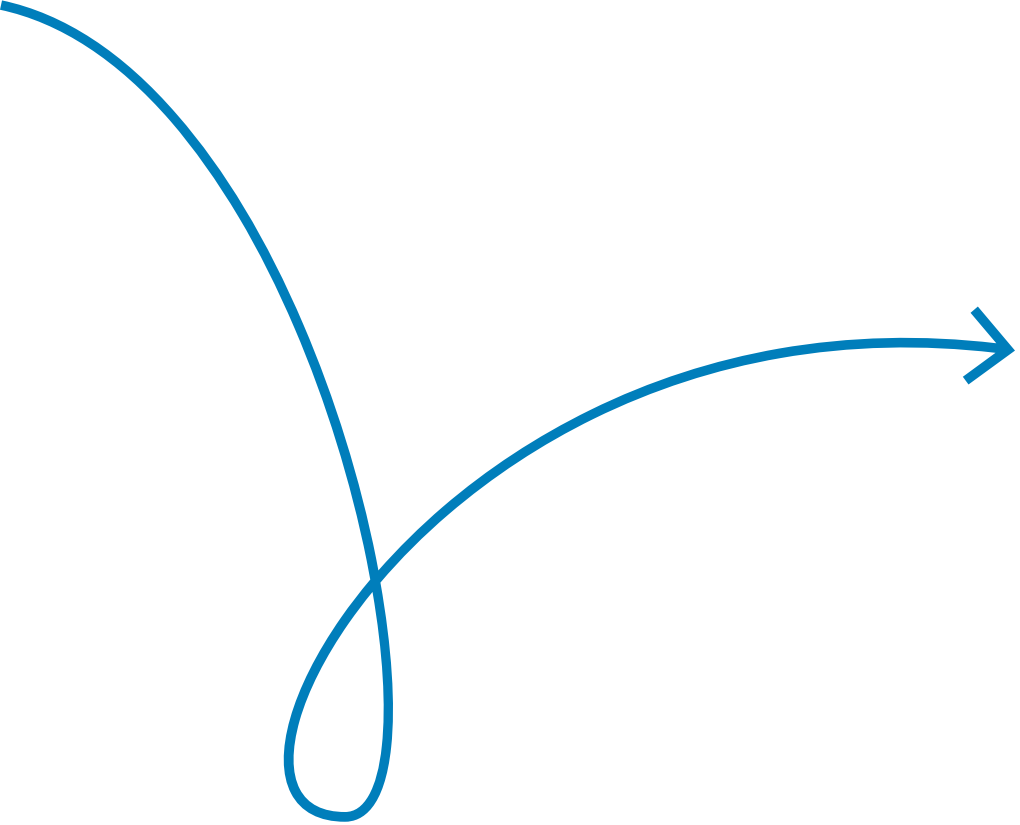
Probado

La mayoría del contenido que consumes es teoría repetida y no resultados logrados y probados.

Comparte aquello que funciona, que has probado con clientes o en tu propio negocio o que sabes a ciencia cierta que tiene resultados.

Llevo desarrollando desde 2016 contenido para clientes, analizando perfiles relevantes, probando todo tipo de estrategias...y esto al final, se nota en la calidad de los contenidos que comparto.





Si quieres **tener una
marca personal
persuasiva** con
contenido relevante
que no deje indiferente
a nadie, entra en el
enlace de mi perfil o
mándame un mensaje 