

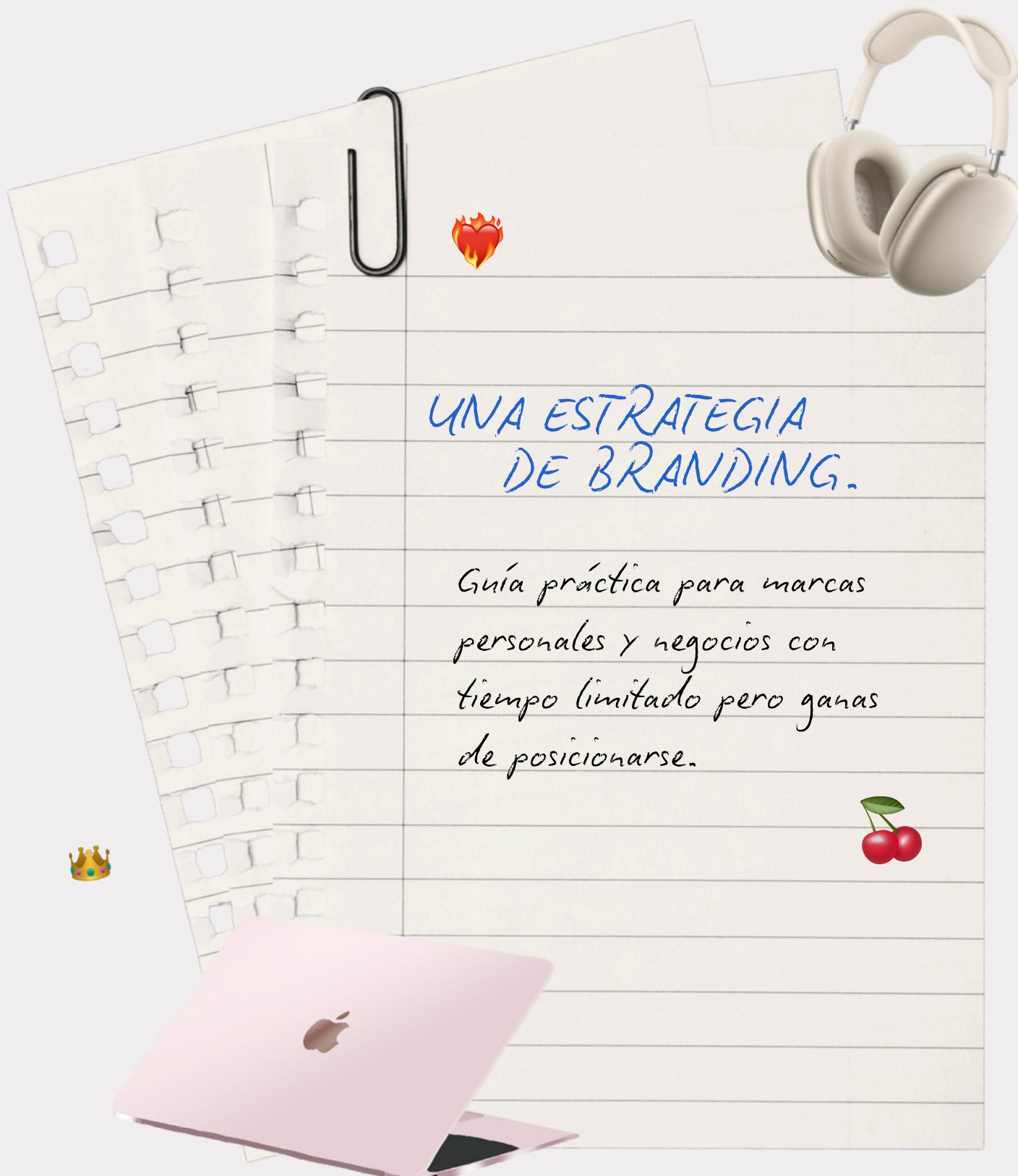
[ 08. ESTRATEGIA DE BRANDING ]

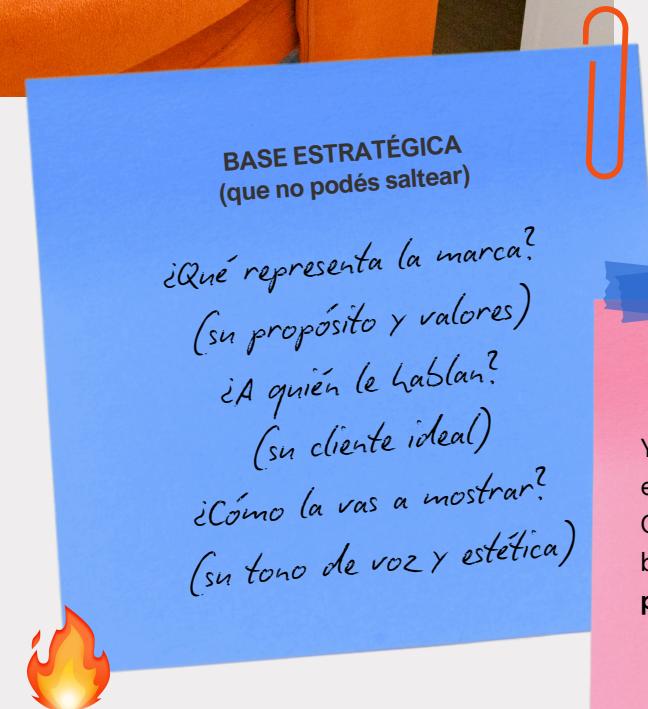
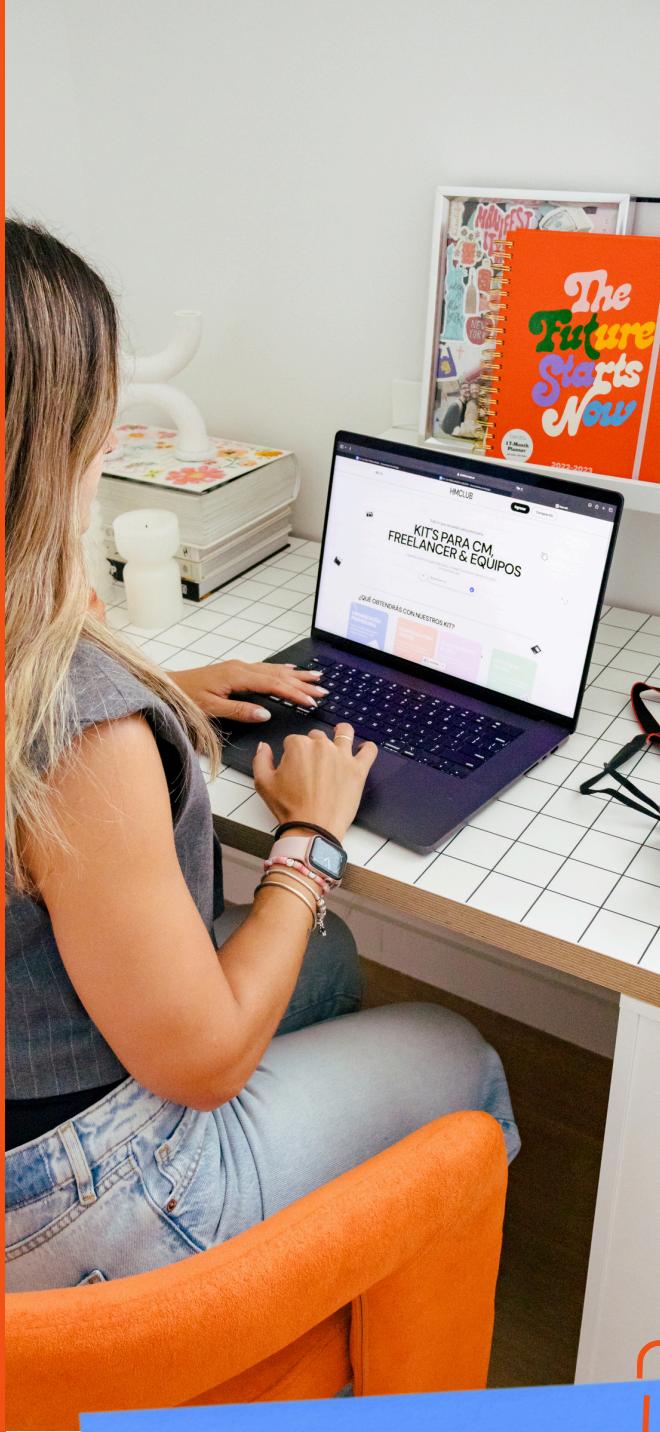


KIT DE CM A FREELANCER

GUIA DE ESTRATEGIA  
DE BRANDING.

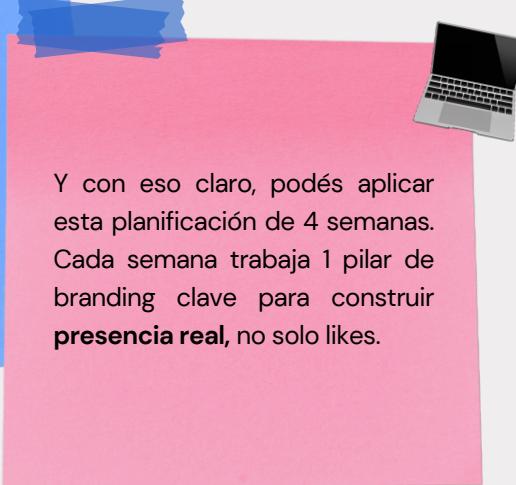






Sabemos que a veces llega un cliente inesperado. Estuvimos en tu lugar, y entendemos que el único tiempo que tenés es para **producir contenido**, no para detenerte a **analizar una estrategia**.

Por eso, te regalamos esta **estrategia de branding** lista para aplicar, probada por nosotras con otros clientes y que sabemos que funciona. Es flexible, adaptable, profesional y pensada para que te ayude a **ahorrar tiempo y entregar resultados** sin perder **identidad ni coherencia**.





# PLAN DE 4 SEMANAS DE BRANDING EN REDES.



## SEMANA 1: “QUIÉN SOS” – BRANDING PERSONAL O CORPORATIVO.

**Objetivo:** Humanizar la marca, crear cercanía, conectar desde el origen.

**Pilar:** Identidad, historia, origen, valores, propósito.

**Por qué:** Las personas no compran productos, compran personas o ideas en las que creen. Mostrar el “por qué” te diferencia.



### IDEAS DE CONTENIDO:



- REEL CON LA HISTORIA DE CÓMO EMPEZÓ TODO.
- CARRUSEL: “5 COSAS QUE NO SABÍAS DE MÍ / NOSOTROS”
- POST CON FOTO REAL: “ESTE ES MI LUGAR DE TRABAJO Y POR QUÉ ME INSPIRA”
- HISTORIAS MOSTRANDO FOTOS VIEJAS O DEL INICIO DEL EMPRENDIMIENTO
- MINI-ENTREVISTA O TESTIMONIO FUNDACIONAL





## SEMANA 2: “QUÉ OFRECÉS” – OFERTA CON VALOR



**Objetivo:** Dejar claro qué hacés, cómo ayudás y qué te hace diferente.

**Pilar:** Producto / servicio / transformación / diferenciador.

**Por qué:** La gente no compra lo que hacés, sino lo que eso hace por ellos. Necesitás mostrar resultados, no solo características.



### IDEAS DE CONTENIDO:



- REEL CON “ANTES Y DESPUÉS”
- CARRUSEL EDUCATIVO: “3 FORMAS EN LAS QUE MI SERVICIO PUEDE AYUDARTE”
- HISTORIA CON RESULTADOS O DETRÁS DE ESCENA DEL SERVICIO
- PANTALLAZO O TESTIMONIO REAL DE UN CLIENTE
- MINI TUTORIAL MOSTRANDO CÓMO USAR TU PRODUCTO





## SEMANA 3: “CÓMO TRABAJÁS” – AUTORIDAD Y CONFIANZA



**Objetivo:** Posicionarte como alguien confiable, profesional y constante.

**Pilar:** Proceso, metodología, experiencia, backstage.

**Por qué:** Mostrar tu forma de trabajar genera confianza. Nadie quiere comprar a ciegas. Mostrar procesos = vender sin vender.



### IDEAS DE CONTENIDO:



- REEL: UN DÍA EN TU VIDA COMO PROFESIONAL
- CARRUSEL: “MI PROCESO DE TRABAJO EN 4 PASOS”
- HISTORIAS MOSTRANDO EL PASO A PASO REAL DE UN PROYECTO
- CAPTURAS DE PLANIFICACIÓN, ESTRUCTURA DE REUNIONES O FEEDBACK DE CLIENTES
- COMPARATIVA: “ESTO ES LO QUE PASA CUANDO LO HACÉS SOLO VS. CONMIGO”





## SEMANA 4: "CÓMO TE VIVÍS"

– HUMANIDAD Y COMUNIDAD

**Objetivo:** Mostrar la marca desde lo humano, generar identificación y crear comunidad.

**Pilar:** Vida real, intereses, comunidad, lifestyle relacionado con tu rubro.

**Por qué:** Las marcas que más crecen no solo venden: conectan. Las personas quieren sentirse parte de algo.



### IDEAS DE CONTENIDO:

- REEL DIVERTIDO CON TENDENCIA ADAPTADA A TU SECTOR
- CARRUSEL TIPO MEME O SITUACIÓN COTIDIANA QUE VIVÍS CON TUS CLIENTES
- POST CON TU ESPACIO DE TRABAJO + FRASE INSPIRADORA
- HISTORIA “ESTO ME INSPIRÓ HOY” + CTA: ¿Y A VOS?
- PREGUNTA DIRECTA A TU AUDIENCIA PARA GENERAR CONVERSACIÓN





## CONCLUSIÓN: POR QUÉ ESTA ESTRATEGIA IMPORTA (Y FUNCIONA)



**NO ESTÁS PUBLICANDO POR PUBLICAR.**

***Esta estrategia no es una moda ni una fórmula vacía.***

- Estás **construyendo** una marca con **intención**, que se muestra de forma clara, cercana y coherente.
- Estás dando **pasos reales** para que tus clientes potenciales te reconozcan, confíen en vos y finalmente te elijan.



CADA CONTENIDO PROPOSTO ACÁ  
ESTÁ PENSADO PARA AYUDARTE A:

- Posicionarte con **identidad propia**, sin copiar a otros.
- Ahorrar tiempo y energía al **no improvisar**.
- Tener **claridad** semanal de lo que vas a comunicar.
- **Conectar** con tu audiencia desde lo humano y no solo desde la venta.
- Convertir seguidores en **clientes reales**, con contenido estratégico y emocional.

LA DIFERENCIA ENTRE UNA CUENTA QUE CRECE Y UNA QUE SE ESTANCA  
ES SIMPLE: QUIEN TIENE ESTRATEGIA, AVANZA. QUIEN IMPROVISA,  
SE AGOTA. **Y VOS YA DISTE EL PRIMER PASO.**

