

ROMPE BARRERAS Y COMUNÍCATE BIEN EN REDES SOCIALES

¿Has pensado alguna vez en cómo una buena comunicación puede cambiar tu vida y llevarla al rumbo que tú quieres?

Regli Gómez

www.viviramimanera.com

OYE ¿TÚ PARA QUÉ USAS LAS REDES?



Para mostrar la parte de nosotras que nos interesa



Para hacer networking



Para buscar trabajo



Para trabajar

Piensa bien, en todos los supuestos, las redes sociales nos sirven para vendrnos pero

¿SABEMOS SACARLES PARTIDO?

¿POR DÓNDE EMPIEZO?

Vamos por partes

¿QUÉ QUIERO CONSEGUIR?

Con qué canales y
herramientas cuento y, algo
muy importante ¿Cómo
funcionan?

CALENDARIZACIÓN

Una vez todo preparado, solo
queda publicar, analizar y
cambiar el rumbo cuando sea
necesario.

Tengo que tener claro qué
quiero conseguir de mi
comunicación en redes

CÓMO LO VOY A CONSEGUIR

Ayuda a tener visión estratégica
y a ser mucho más productivos
en la creación y análisis de
contenidos.

ACCIÓN Y FLEXIBILIDAD

→ ¿SEGUIMOS?

QUÉ QUIERO CONSEGUIR Y CUÁNDO

Si a un arquero le tapas los ojos, es muy improbable que dé en su diana, ni siquiera podrá acercarse. Necesita fijar su mirada, apuntar y disparar, lo mismo ocurre con los objetivos de tu comunicación en redes sociales. Busca que sean SMART

1. Específicos
2. Medibles
3. Alcanzables
4. Relevantes para la evolución de tu proyecto



Igual de imprescindible resulta marcarse los tiempos. Suena muy típico lo de a largo, medio y corto plazo pero ES ASÍ.

Si tu objetivo es buscar trabajo y mañana calendarizas tu primera subida de contenido, no esperarás a que te lluevan hoy las ofertas....

Aquí cabe hablar del embudo de conversión y sus fases: alcance, reconocimiento, consideración, acción, fidelización y evangelización.



CÓMO LO VOY A CONSEGUIR: CANALES Y HERRAMIENTAS

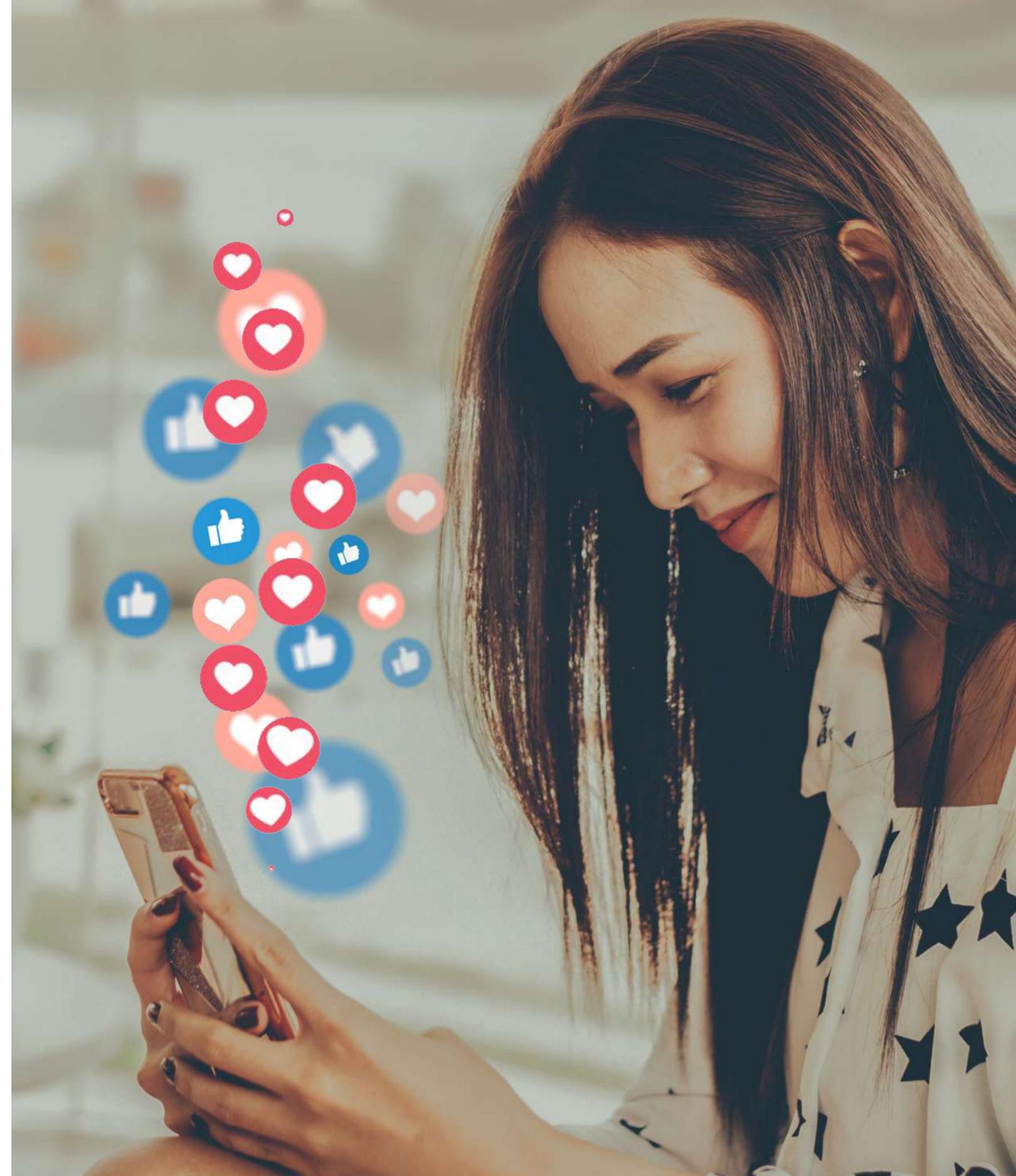
Conociendo los canales digitales. Primero decirte, como profesional, que no todo se cuece en redes sociales.

Las redes son un canal más de comunicación que se complementa con otros como la web, el email marketing o la publicidad digital.

Sin embargo, a nivel redes ¿Qué canales existen y cuáles son sus características? Hay muchos tipos, las más conocidas son:

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Twitter
- Tik Tok

Vivimos a golpe de "me gusta" nos genera serotonina y, aunque es peligroso, es nuestra realidad.



ALGUNOS CONSEJOS

- Elige **solo las más interesantes** para tu objetivo
- Pregúntate **¿Dónde está mi cliente?**
- **El vídeo es el rey** y no tiene por qué ser perfecto.
- **Lleva tráfico a tu web**
- **Genera conversación** y no seas el único que emite mensajes. Lee y escucha lo que tienen que decirte. Ej. Empanadas.
- Tu **producto debe ser parte del escenario**, no el protagonista. La **gente quiere comprar**, no que le vendan.
- **Mejor calidad que cantidad.** Genera comunidad. Ej. Mascota del mes.
- **Sé realista con lo que te aportan las redes.** No las responsabilices de tus malos o buenos resultados
- **No es el único canal.** Nos generamos demasiadas expectativas y ahí está todo el mundo ya. Es difícil destacar en las más usadas pero **¿Y si buscas tu nicho en otros espacios digitales?**
- **No subas solo venta venta y venta.** Usa regla 80/20



Contenido de valor. Formato carrusel



Este tipo de contenido es muy interesante porque enseñas a tu comunidad sobre temas que le interesa y no tiene sensación de que le estás vendiendo, sino que le estás ayudando. Por tanto, es una venta indirecta. En este caso, el objetivo de esta chica con la publicación es vender un taller online.

Para el algoritmo de Instagram es muy importante que el usuario esté mucho tiempo dentro de un contenido, por eso el carrusel te interesa. Van pasando páginas y estás mucho tiempo en la publicación. Con esto interpreta que es interesante para ti y te va a enseñar más veces ese perfil y contenido de ese tipo.

APUNTE. A veces, estos carruseles acaban en... si quieres saber más y, otro truco que se usa ahora es dar una pincelada y decir que sigan leyendo en la descripción.

QUÉ HERRAMIENTA USO: CANVA

Storytelling interactivo: genera comunidad



20% contenido venta. Hazlo sin que se note



Si vamos a la publicación no veo directamente lo que vale. Veo cómo preparan el ramo con sumo cuidado, en una caja preciosa y con un texto maravilloso.

Veámoslo y lo comentamos.

QUÉ HERRAMIENTA USO: CAPCUT

Contenido Branding



María Escalpez ha sacado un nuevo libro y, todo su contenido tiene la misma tipografía, los mismos colores y la misma fórmula. A veces rompe la estética para dar naturalidad a su Fee pero éste, es el mejor sitio para impactar con la marca.

¿Cómo lo consigue: con Canva. Mismos colores, misma tipografía, mismos elementos geométricos.

NOTA. Importante que, cuando hagamos un vídeo, le pongamos una portadita para respetar el feed. Es posible cuando lo editamos y, mantiene una buena armonía en la estética de tu marca. Tu feed es como el aterrizaje hacia tu empresa. Cuídalo.

Contenido Storytelling aparentemente casero. Inboud mk



Esta chica se dedica a ser "influencer" en su día a día cuenta qué hace. Ahora está cambiando de casa por lo que va a contar todo el proceso paso a paso. La gente se engancha porque nos encanta ver casas ajenas y también decoración. Evidentemente las marcas financiarán su decoración. **FORMATO:** Vídeo casero desde su móvil. Aporta más realismo. Herramientas propias de instagram ¿las repasamos? **NOTA.** Aclarar uso música y publicidad

Storytelling. Publicidad. Cebo.



Conecta de verdad para que evangelicen tu marca



Usa el algoritmo a tu favor: ubica tus historia y publicaciones



Un giro del algoritmo puede poner en jaque tu negocio. Lleva tráfico a tu web a través del pixel de facebook o enlaces directos

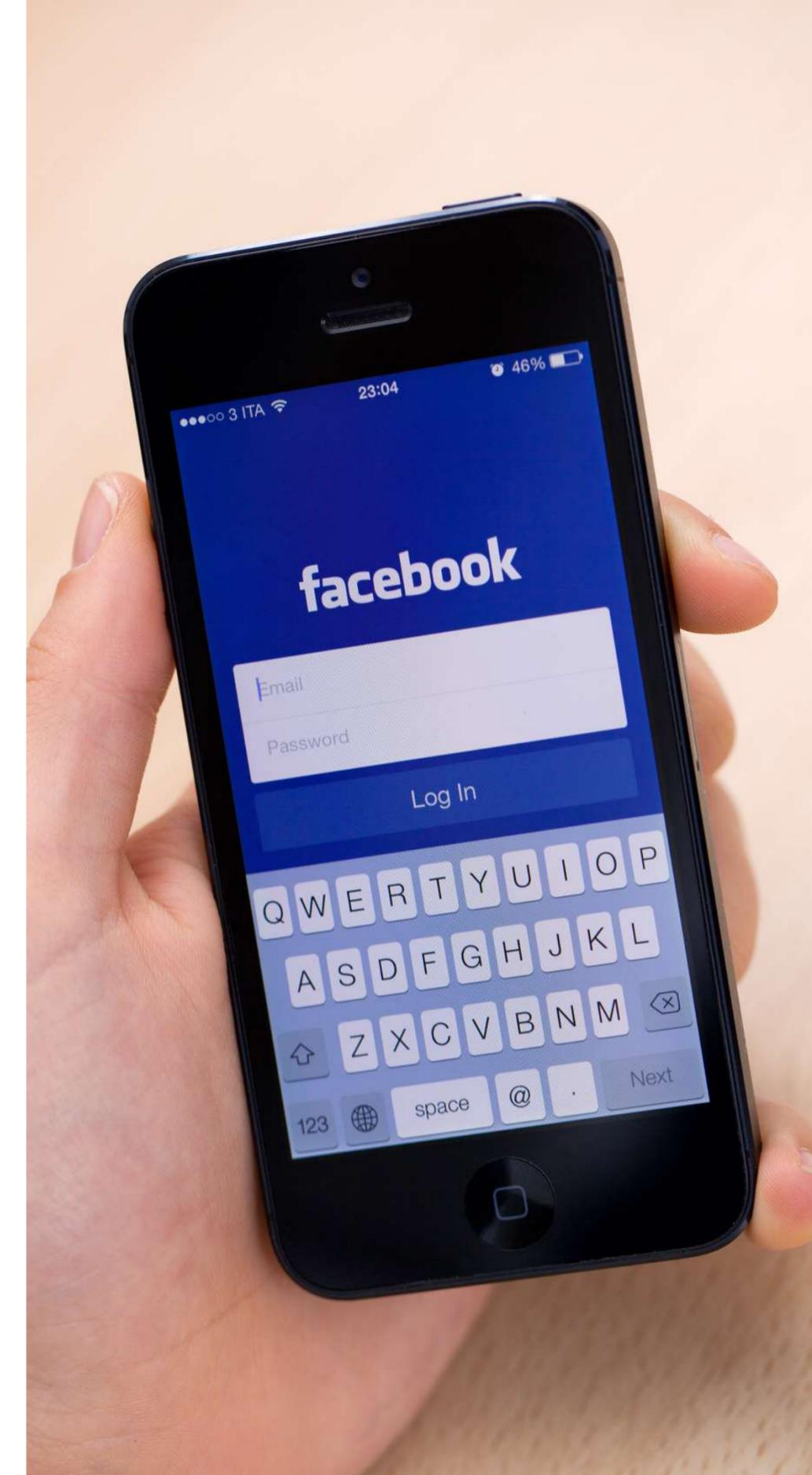


¿Anuncios en Facebook e Instagram? Algunos apuntes



- Diferencia entre branding y publicidad.
- Ten muy en cuenta cómo funciona el embudo de conversión en internet
- Controla los posibles formatos: compra online, vídeos, formularios, publicaciones con engagement previo...
- Elige bien el texto
- Segmenta

Veamos ejemplos



Qué publicito: publicaciones y campañas específicas





La importancia de elegir un buen objetivo con la segmentación correcta

Vamos a analizarlo en el paso a paso. Esto puede cambiar según la red social o si lo haces directamente en la red o en la herramienta profesional (que merece otra charla)



Selecciona un objetivo

¿Qué resultados quieres obtener con este anuncio?

Más visitas al perfil

Más visitas en el sitio web

Más mensajes

Recomendado - Una excelente forma de iniciar conversaciones

WhatsApp
633 49 41 54
[Editar](#)

Define tu audiencia

Requisitos especiales

Para anuncios sobre crédito, empleo, vivienda, temas sociales, elecciones o política.

Automática

Instagram se dirigirá a personas similares a tus seguidores

Protectoras

Amantes mascotas Sanlúcar/Chipiona

Crear la tuya

Introduce manualmente tus opciones de segmentación.

Ubicaciones adicionales

Permitir ubicación de Facebook

Mostraremos tu anuncio en la sección de noticias de Facebook, Facebook Stories y las secciones de vídeo de Facebook para que llegues a más personas. [Más información](#)

Imprescindible, mirar alcances y tomar decisiones

KAZOKUPETS
Publicaciones



Es diferente un alimento completo a uno complementario.

[Ver insights](#) [Volver a promocionar](#)

Les gusta a blanca_cores y 40 personas más
kazokupets ¿Alimento completo o complementario?
Si tu mascota se alimenta solo de húmedos es más imprescindible si cabe, que leas el etiquetado... más

Insights de anuncios



¿Alimento completo o complementario?

kazokupets · Audio original
enero 22 · Duración 0:43

4339 41 3 -- 0

Descripción ⓘ

Personas alcanzadas	3.370
Interacciones con el reel	--
Objetivo publicitario	
Visitas al perfil	37
Del último anuncio	





Imprescindible, mirar alcances y tomar decisiones

Alcance ⓘ

3.370

Personas alcanzadas
89 % del último anuncio

Reproducciones 4.339

Interacciones con el reel ⓘ

Me gusta	41
Comentarios	3
Veces que se ha guardado	0
Veces que se ha compartido	--

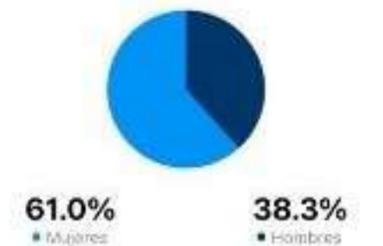
Audiencia ⓘ

Intervalo de edad



Audiencia ⓘ

Sexo



Contenido Publicitario aparentemente "casero"



Es importante que, si hacemos vídeos dejemos el texto puesto en subtítulos porque solemos ver sin oír y esos subtítulos nos ayudarán a quedarnos enganchados en el contenido.

La mejor opción para eso es CapCut: es la herramienta más profesional que conozco y es gratuita porque permite muchísimas cosas. Estamos pensando hacer una charla para enseñar a usarlo.

En cuanto al contenido, en los primeros 15 segundos hay que decir lo más importante, no nos vale la pirámide invertida del periodismo antiguo. La retención de la audiencia es limitada.



Formatos. Hay muchos



swatch Swatch MISTY CLIFFS
Lleva el corazón en la muñeca. El reloj perfecto te espera.

Este formato por ejemplo es genial para comercio electrónico pero, han trabajado con el pixel de facebook y, a partir de ahí, inteligencia artificial a tope para enseñarte lo que te gusta. Si te fijas, es un carrusel de relojes con la opción a comprarlas.

Previamente me había metido en la web de Swatch y ahí me captó el píxel de Facebook para enseñarme otra vez lo que más me había gustado.

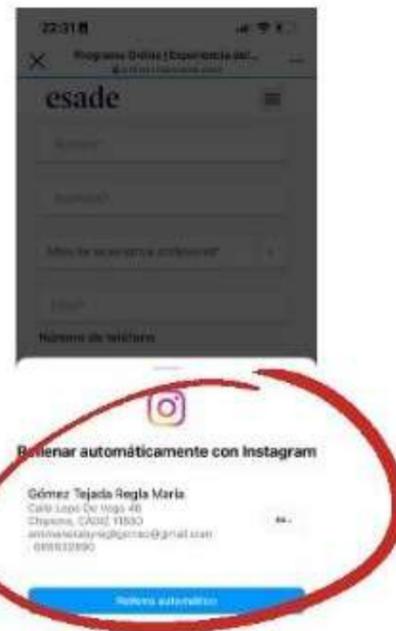
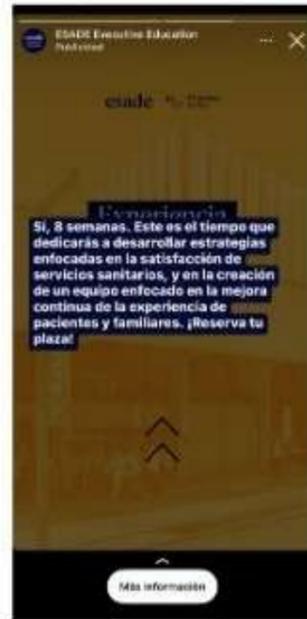
Objetivo publicidad: generar contactos



Form titled 'Mujer y Liderazgo' for obtaining the brochure. The form includes input fields for 'Nombre(s)', 'Apellido(s)', 'Email', and 'Número de móvil'. A 'Más información' button is visible at the bottom.



Objetivo publicidad: te doy un regalo a cambio de tus datos.



Objetivo publicidad: enviar mensajes Whatsapp



CALENDARIZA PARA MAYOR PRODUCTIVIDAD

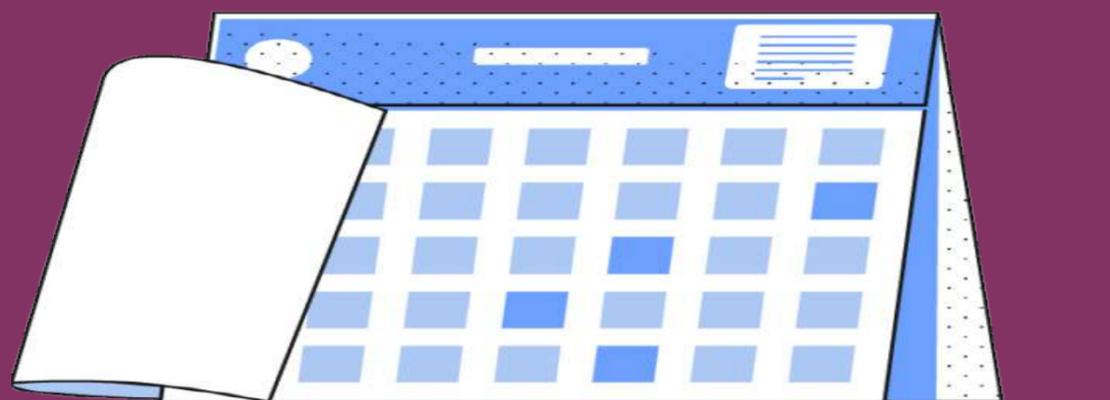
Ya tienes objetivos, canales y herramientas toca ahora pensar ¿Y qué subimos a redes sociales?

Todo va a girar en torno a la regla 80/20 y los tres tipos de contenidos que existen:

- Storytelling
- Venta
- Contenido de valor

Hacemos listado de tareas, fechamos y, programamos

¿TODO LISTO? ES EL MOMENTO DE ACTUAR



PLAN DE ACCIÓN

Con tus objetivos claros, la estrategia trazada y el plan de contenidos preparado, toca poner en movimiento todo el trabajo realizado pero, es igual de importante hacer seguimiento y análisis continuado porque, lo bueno de las redes es que ves en tiempo real si el plan está funcionando.



SÉ FLEXIBLE

Este punto es importante porque, tenemos la sensación de que, como hay mucho trabajo atrás, hay que seguir la línea trazada desde inicio y, hay que tener claro que, tanto los negocios como las personas estamos vivos y por tanto, sujetos a cambios constantes. Acéptalos y asume que, caminar en la incertidumbre es lo más normal.

Thank you... 

 @reglitamari