

2021



CÓMO TENER UN NEGOCIO EXITOSO

GUÍA PARA CRECER EN LAS REDES SOCIALES

WWW.ANALASSERRE.COM



Hola! Soy Ana, Lic, en Cine y Tv, Diplomada en Marketing Digital & Community Mánager y estudiante de Diseño Gráfico. Actualmente trabajo como creadora de contenidos digitales, Social Media Mánager y capacitadora para diferentes emprendedores y Pymes. Me encanta el arte y la creatividad pero por sobretodo ayudar a las personas en lo que más pueda.



Clickeá en los enlaces para acceder

Podcast 

Músiquita para compartir  Spotify

LinkedIn 

www.analasserre.com  [@ana.lasserre](https://www.instagram.com/ana.lasserre)  alasserrefotoyvideo@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Sabemos que comunicarse, por sencillo que parezca, no es una tarea fácil y mucho menos en los medios digitales, por lo que conocer cómo llegar a nuestra audiencia es primordial.

Si estás acá seguramente es porque sos una persona con iniciativa y predisposición, así que estoy contenta de que compartamos este trayecto junt@s.

A lo largo de éste e-book vamos a ver diferentes herramientas para definir nuestro nicho de mercado, conseguir un estilo definido y lograr tener nuestra propia voz con diferentes recursos de marketing, escritura y técnicas específicas para llegar a nuestro público objetivo de la manera más concreta y directa posible.

Espero que puedas aprovechar al máximo todo lo que vamos a ir aprendiendo y lo pongas en práctica. Al final del libro vas a encontrar algunas plantillas que incorporé para poner en práctica todo lo que vamos a ir viendo. ¿Empezamos?

TABLA DE CONTENIDOS

- 3** BIENVENIDOS
- 5** PRIMEROS PASOS
- 6** MÉTODO AIDA
- 7** PÚBLICO / AUDIENCIA
- 8** MARKETING DE CONTENIDO
- 12** ESTRATEGIAS DE MARKETING ORGÁNICO
- 17** PLAN DE ACCIÓN
- 20** TIPS PARA UN BUEN CAPTION
- 21** CONCLUSIÓN
- 22** ANEXOS: PLANTILLAS

PRIMEROS PASOS

Como en cualquier proyecto, el primer paso es la planificación, y la organización. Si bien a lo largo del libro vamos a ir definiendo muchas cosas, dándole forma a nuestra marca, lo principal para comenzar es **definir un objetivo**. Es una frase trillada pero no por ello, deja de ser real. No podemos gustarle a todo el mundo, por lo que tener en claro tu objetivo ayudará también a la estrategia que más adelante te vas a trazar.

Tener una meta no sólo nos motiva e impulsa a avanzar sino que permite medir los resultados a corto y largo plazo y por ende nos incita a actuar en favor de ello.

Tener en claro quién es nuestro **público objetivo**, a qué nicho nos vamos a dirigir, es lo primero que vamos a definir, ya profundizaremos más adelante al respecto pero desde ya debes planteártelo. Una audiencia al cual dirigirte va a ser la clave de todo. Para empezar a definirlo es bueno que te plantees algunas cosas:

¿En que sos especialista?

¿Qué áreas dominás?

¿Cuáles son las tendencias actuales?

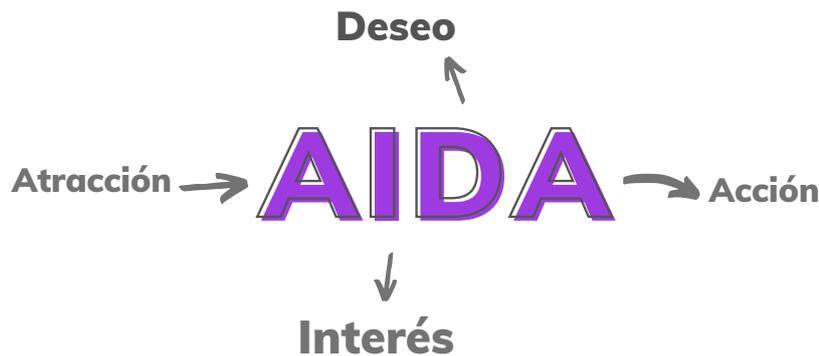
¿Qué busca la gente?

Estos son sólo algunos disparadores para ir desde ya pensando en nuestro nicho en el mercado. Más adelante te voy a dar algunas recomendaciones y herramientas para definir todo esto.



MÉTODO AIDA

El modelo AIDA es un proceso que describe las fases por las que pasa el cliente en el proceso de decisión de compra. Podemos usarlo para e-mail marketing, ADS en Facebook, Google y claro que en las redes sociales.



Si trasladamos éste método al gráfico de embudo de conversión, podemos entender claramente cómo se da el proceso.

EMBUDO DE CONVERSIÓN



PÚBLICO/AUDIENCIA

Definir a nuestra audiencia, nuestro público es importante para encontrar el modo en que vamos a comunicarnos, para saber a quién hablarle de un modo más personalizado y para especializarnos en un nicho o área del mercado como hablamos anteriormente.

Hay diferentes técnicas para definir a nuestra audiencia, por ejemplo a partir de la creación de un Buyer persona o público ideal por medio de una serie de preguntas y rasgos que definan a un personaje ficticio que representaría a quienes queremos llegar.

Te dejo un enlace donde de un modo muy rápido podés generar tu perfil de cliente ideal [[click aquí](#)]

Si ya tenés tus clientes, tu público, es bueno buscar las técnicas para poder llegarles directamente, hablarle a ellos. Te recomiendo investigar un poco sobre copywriting y storytelling.



MARKETING DE CONTENIDO

¿Qué es?

El marketing de contenido, son estrategias de marketing enfocadas en crear contenido importante e útil para tu audiencia o público definido. Se puede realizar en Facebook, Youtube, Instagram y cualquier red que sea para compartir contenido. Es importante saber qué necesita nuestro público, quienes son, qué dolores tienen, que les interesa, cómo ya lo repetimos varias veces.

En principio generar marketing de contenido, si lo hacemos nosotros mismos, es gratuito, si dependemos de un redactor, diseñadores y demás, tal vez nos cueste un poco, en el caso de las redes sociales el espacio de publicación es accesible, pero si eligiéramos otras opciones deberíamos pagar por el hosting, dominio anual, programador y mantenimiento.

Sin embargo existen muchas maneras de crear landing pages (páginas de aterrizaje o sitios muy simples con herramientas como Mail Chimp, Canva o los hosting gratuitos de Wix, Wordpress y Google, por lo que no hay excusa para no empezar.

Algunos recursos interesantes a la hora de la planificación de nuestro contenido al igual que en la búsqueda de nuestro nicho, son herramientas como:

Google Trends que te va a ayudar a entender cómo es la tendencia de búsqueda sobre determinado tema en Google.

Google Keyword Planner, es un planificador de palabras claves que te va a mostrar una estimación de búsquedas en el término que coloques, en el propio Google, que es el buscador más utilizado de la actualidad.

Solo tenés que introducir los términos conectados al nicho que más te interesa en los campos indicados y configurar la búsqueda para tu país e idioma. Después de seleccionar el botón azul para obtener ideas de palabras clave, vas a encontrar una lista de opciones de términos similares a los que buscaste. Junto a esa lista vas a ver el promedio de búsquedas mensuales de cada término.

Encuestas a usuarios y emprendedores siempre va a ser una buena opción para conocer qué piensa y quiere tu comunidad. Podés utilizar los sticker de Instagram Stories para compartirlos tanto en Insta como en Facebook o los formularios de Google para poder armar una base de datos con toda la info recopilada.

Las imágenes generan emociones y las palabras acción

El primer paso es definir quién es nuestra audiencia, una vez definido, debemos conocer qué los motiva, qué preocupaciones o dolores tienen para saber cómo llegarles, qué solución ofrecer y en qué tono hablarles. Luego debemos perder el miedo, animarnos a mostrar nuestra voz, cada uno es único y por más que lo que tengamos para decir ya lo hayan dicho miles de personas, nadie lo va a decir como vos.

Es muy normal que en primera instancia nuestras publicaciones no sean o queden tal cual como queremos, tranqui, eso se obtiene con el tiempo y la práctica, pero lo que si es prudente, es generar contenido de calidad y no una gran cantidad solo para rellenar. Podés ir probando escribir distintos tipos de captions (copy o texto que acompaña a las imágenes), algunas más largas y profundizadas y otras más breves y concisas de temas puntuales.

Ser fieles a nosotr@s mism@s

La clave está en no copiar, en generar contenido original, propio, donde resuene nuestra voz y se perciba una identidad.

Paciencia, al principio va a costar o demorar, pero de a poco irás encontrando tu estilo y modo de expresarte.

Check list para publicar

- CREÁ INTERÉS**
- HABLÁLE A TU CLIENTE**
- NO LO SUBESTIMES**
- CUIDÁ TUS PALABRAS**
- REVISÁ LA ORTOGRAFÍA**
- NO LE VENDAS DIRECTAMENTE**
- SÉ CREATIV@**

ESTRATEGIAS DE MARKETING ORGÁNICO

Existen diferentes técnicas y disparadores mentales que actúan en nuestra mente, estudiados por la neurociencia que generan resultados comprobados, vamos a ver algunos de ellos.

Humanizar la marca

Las personas no sólo compran productos o servicios, compran empatía.

Por eso, cuando conocemos los dolores y necesidades de nuestra audiencia y les ofrecemos una solución a través de nuestras experiencias y de nuestra voz, sucede la magia.

Storytelling: el arte de contar historias

Todos amamos las historias, y cuanto mejor contadas están más atrapantes son. Lo mismo sucede con nuestros contenidos, si sabemos cómo atrapar a nuestra audiencia, sin duda vamos a lograr grandes resultados.



Generar la urgencia

En nuestro copy siempre tenemos que destacar el **beneficio** de nuestro servicio/producto y un **llamado a la acción** concreto, acompañado de un **acelerador** como la escasez y el tiempo. Ej: "últimas unidades, oferta limitada por x cantidad" o " sólo por 24hs, cupos limitada", etc.

Ejemplos de cómo ponerlo en práctica:

En una web o blog tenemos la oportunidad de explayarnos, poniendo con ejemplos o citando a otros autores, sin embargo tanto en el e-mail como en las redes cuánto más concretos mejor, por eso te recomiendo el uso de **carruseles** en Instagram para captar atención y **buenos captions** (copy) para complementar. Stories con **stickers, reels** creativos y vivos hablando de temas específicos.

Interacción con mi nicho

A diferencia de lo que muchos creen, el mejor modo de lograr una buena audiencia e interacción es comenzando por nuestro propio nicho, por la competencia. Para muchos, esto es insólito y se preguntarán, ¿cómo vamos a interactuar con nuestros "rivales"? pero en verdad, es con ellos donde más podemos crecer.

Lo importante antes que nada es que definas de tal modo tu propio nicho al punto que te vuelvas un referente en tu comunidad y puedas incluso interactuar con la audiencia de tu competencia. Estudiá a tus competidores e intentá mejorar lo que hacen.

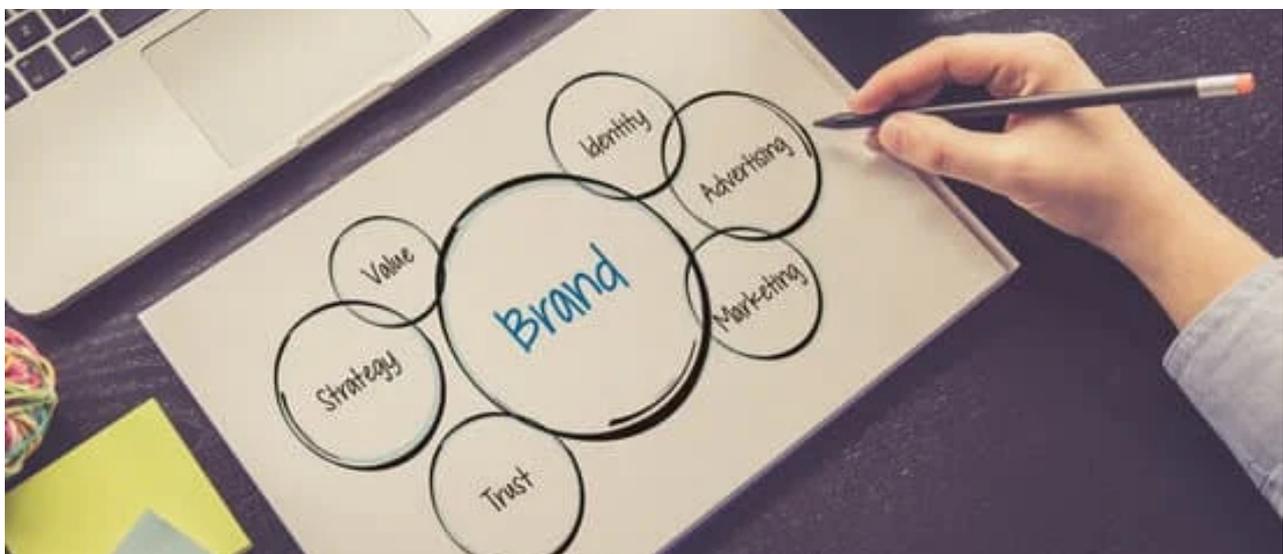


Podés hacer lives e IGTV invitando a otros profesionales, Guests post en blogs (publicaciones de invitados) y por supuesto comentar y participar en las publicaciones de los demás para generar presencia y movimiento. Ponelo en práctica y comprobalo por vos mism@.

Mejorar el Branding: identidad visual

Así como ir pensando nuestro público es primordial, en paralelo, a medida que lo vamos definiendo también tenemos que pensar en el diseño.

Recordá que tu branding (identidad visual de marca) es la imagen de tu emprendimiento, negocio o proyecto, así que intentá ser lo más coherente posible con lo que quieras transmitir.



Más adelante vamos a ver formas de escribir y estructurar nuestros textos pero con respecto a los colores, las imágenes que uses para acompañar y la plantilla en general, es bueno que la vayas diseñando desde ya.

Buscá ejemplos, inspirate con cuentas que te hayan cautivado, incluso con tu propia competencia, sacá ideas y tomá nota de los puntos fuertes de los sitios que te atraen.

Podés usar imágenes, videos, combinaciones de colores, jerarquización de textos, variaciones de tipografías, enlaces.



PLAN DE ACCIÓN

Ahora que más o menos tenemos en claro cuáles son las prácticas que debemos tener en cuenta, es hora de ponerse las pilas.

Contenidos de valor

Como ya vimos antes, crear contenido de valor es mucho más que un diseño bonito y palabras lindas, crear contenido de valor es ponerse en la piel de nuestra audiencia, para ofrecerles la solución a sus problemas.

Te recomiendo que te centres y establezcas **4 pilares** de contenido sobre los que van a tratar en tus publicaciones para hacer trabajar los algoritmos a tu favor.

Ayudá a todos

Como mencioné, cuanto más ayudes y colabores, más presencia vas a obtener, por lo tanto te vas a volver un experto.

Colaborar con nuestros colegas siempre va a traer dobles beneficios, para ellos, porque todos sabemos lo difícil que es escalar en éste mundo digital y para vos porque vas a mejorar tu engagement.



Engagement

Hay una realidad y es que todos actuamos en favor propio o por alguna motivación en especial. Por ende, si queremos lograr una audiencia fiel tenemos que ser generosos.

Ya hemos visto la importancia de conocer a nuestro público ideal, de saber cuáles son sus necesidades y de lo valioso que es aportar soluciones, por lo tanto, la manera de lograr ese engagement o compromiso por parte de nuestro público es dándoles algo que ellos necesiten.

No es necesario que sean grandes cosas, pero el simple hecho de regalar algo, hace la diferencia. Por ejemplo, podemos regalar un e-book como en éste caso, una mini guía para hacer alguna cosa, un webinar atractivo, un descuento, tips, sesiones. Lo importante es que nosotros podamos resolver algún problema de nuestra audiencia y que ellos, por lo tanto generen alguna acción que a nosotros nos beneficie, podría ser un like, un seguimiento, un comentario, un e-mail, una compra o lo que necesitemos.



Fidelización para conversión

Como ves, la fórmula es bastante sencilla. Si generamos contenido de valor, logramos generar atracción, a éste público lo iremos cautivando por medio de diferentes aportes acorde a sus necesidades para encaminarlo, luego de su confianza, a realizar esa conversión que deseamos.

Si bien parece sencillo, muchas veces pensamos que actuando a puerta fría, vamos a conseguir buenos resultados y también nos desilusionamos cuando algunas de nuestras gestiones no obtienen las conversiones esperadas, pero algo que tenemos que tener muy en claro es que para fidelizar a nuestra audiencia tenemos que tener paciencia, constancia y dedicación.

Como habrás visto, hasta ahora siempre hablamos de marketing orgánico, gestiones para trabajar nuestro posicionamiento en redes en éste caso sin tener que pagar. Claro que éstas mismas acciones se pueden llevar a cabo cuando hacemos publicidad pero siempre sabiendo que todos los resultados obtenidos con las ADS son durante el transcurso de la campaña. Pero al margen de que decidas hacer publicidad o no, siempre es importante continuar con todo lo que hemos visto.

Si necesitás ayuda, no dudes en contactarme [[click aquí](#)]



TIPS PARA UN BUEN CAPTION

1. CONOCÉ BIEN A TU PÚBLICO OBJETIVO
2. GENERÁ CONTENIDO DE VALOR
3. DEFINÍ LAS PALABRAS CLAVE QUE VAS A USAR
4. ANALIZÁ A TUS COMPETIDORES
5. UTILIZÁ TÉCNICAS DE SEO
6. CREÁ UN CALENDARIO EDITORIAL
7. ENCONTRÁ TU TONO Y VOZ PROPIOS
8. PENSÁ EN EL FORMATO DIGITAL
9. ESCRIBÍ EL MEJOR TEXTO
10. REVISÁ TUS TEXTOS
11. SÉ GENEROS@ CON TU COMUNIDAD.

En conclusión...

Como hemos visto a lo largo del E-book, conocer a nuestra audiencia o público ideal es la base de nuestro éxito y de los pasos que vamos a dar en nuestro negocio.

Al mismo tiempo, pensar en estrategias de marketing y difusión en redes sociales como compartir nuestros contenidos en diferentes medios, utilizar otras alternativas como el e-mail marketing, y publicidad también van a ayudar al movimiento y tráfico para llegar a más personas.

Este libro es una compilación de mucho material interesante que encontré publicado por diferentes expertos y espero que sea de ayuda para que también puedas convertirte en un súper social media mánager de tu negocio.

Si necesitas profundizar en alguno de los puntos que hemos visto o sentís que no podés avanzar en algo en especial no dudes en comunicarte conmigo, podemos agendar una sesión de consultoría para analizar a fondo tu marca y salir a flote. Te vas a llevar un mapa de ruta y la sesión grabada.

Siempre es un lujo para mi acompañar los trayectos y espero que nos volvamos a ver pronto!

Agendá tu sesión haciendo click en www.analasserre.com.

Saludos, Ana Lasserre.



Bonus

PLANTILLAS

para arrancar

www.analasserre.com

Objetivos de negocio

LISTA DE DESEOS A CORTO Y LARGO PLAZO

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

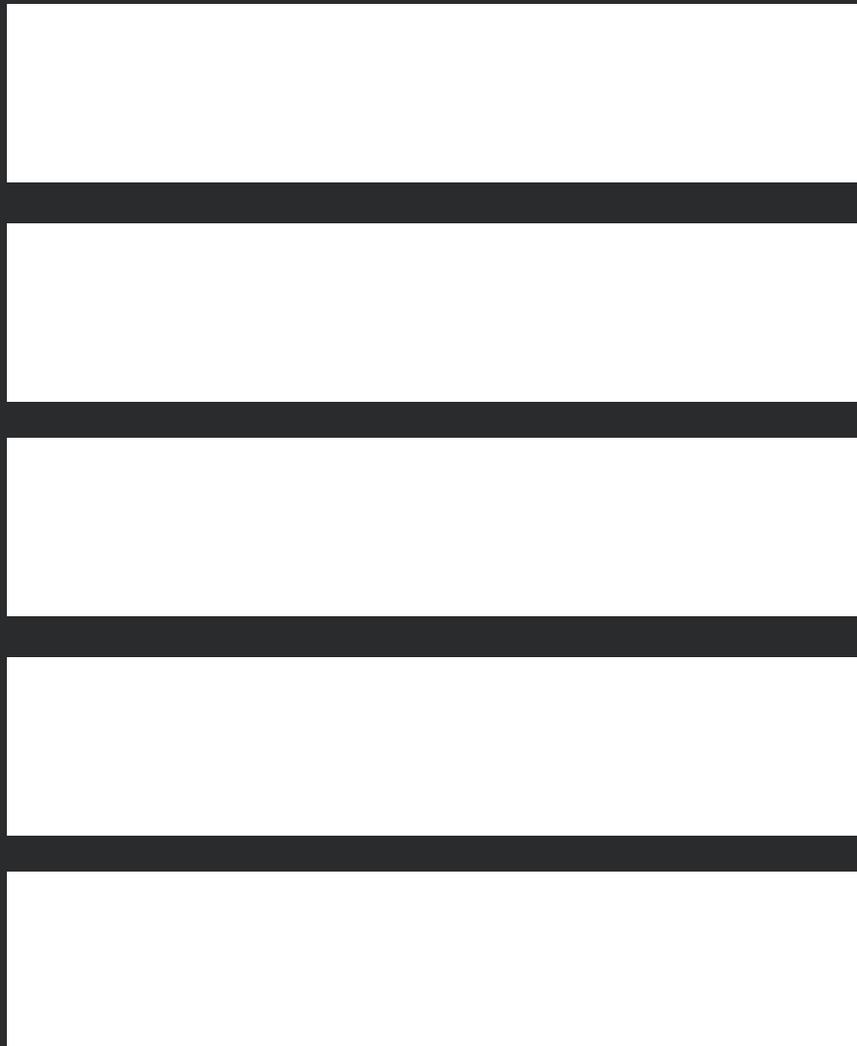
8.

9.

10.

Mentores digitales

Enumerar cinco cuentas
digitales que te inspiran:

The form consists of five horizontal white bars stacked vertically, intended for writing the names of five digital accounts that inspire the user. Each bar is a solid white rectangle with a consistent height and width, providing a clear space for text entry.

Buyer persona



Nombre

Edad

Localidad

Nivel de estudio

Redes sociales

Personalidad

Metas y objetivos

Hobbies y habilidades

Dificultades principales

Su búsqueda

Objeciones

PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVOS MENSUALES

ENERO

FEBRERO

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE