



Planificá TU CONTENIDO

GUÍA + EJEMPLOS + PLANNER

*China
Rodríguez*

CHINARODRIGUEZ.COM



HOLA!

Si llegó este material a tus manos es porque estás buscando una manera efectiva de mejorar el contenido de tu marca en las redes sociales.

Hace muchos años que doy el **Taller de Marketing online para Emprendedores** y sé que la generación de contenido es una tarea difícil de encarar para quienes tenemos miles de cosas para resolver en el día a día de nuestro negocio.

Las preguntas que surgen en relación a esta temática siempre son las mismas: ¿es válido sumar contenido que no sea para vender? ¿no entorpece la comunicación? ¿no confunde al público que quiere conocer mi marca? ¿hasta dónde puedo expandirme en las temáticas de contenido? ¿cómo identifico qué temas tienen que ver con mi marca y cuáles no?

Tomando como referencias estas consultas hoy te traigo esta guía para que puedas empezar a dar los primeros pasos en la planificación del contenido para tu marca.

¿Estás lista? ¡Empecemos!



Tiempo, calidad y resultados.

Sé que la planificación de contenidos no es la prioridad de muchas emprendedoras. Pero seamos sinceras: ¿no es agotador estar pensando todos los días qué podemos publicar en las redes? Te aseguro que a través de la planificación de contenidos vas a obtener tres beneficios concretos:

Vas a ganar tiempo: si le dedicas una mañana o una tarde al mes a la planificación del contenido de tus redes, te aseguro que el día a día de la comunicación de tu marca lo vas a llevar de manera más rápida y enfocada.

Vas a ganar calidad: la planificación te permite anticiparte, vas a poder sacar mejores fotos y redactar textos más atractivos, vas a poder descartar aquellos mensajes que no le suman a tu comunidad y seleccionar aquellos que realmente aportan valor.

Vas a conseguir mejores resultados: cuando planificamos a conciencia entendemos PARA QUÉ vamos a hacer cada publicación, esto hace que trabajemos siguiendo un objetivo y nuestros resultados sea más visibles.



Trabaja siguiendo objetivos.

Una de las peores cosas en las que podemos caer quienes comunicamos en las redes es el “publicar por publicar”. Porque esta práctica genera un círculo desfavorable para nosotras y para nuestra audiencia: nuestro contenido no tiene consistencia, nuestra comunidad no responde, así empezamos a frustrarnos y a tener cada vez menos ideas para realizar publicaciones en las redes.

Para resolver todo eso existe la planificación por objetivos: cada vez que nuestra marca habla en las redes tiene que perseguir una meta. Es super importante que pensemos PARA QUÉ vamos a hacer cada post.

Para trabajar con este planner te propongo 3 objetivos concretos para tus posteos: branding, interacción y conversión. Veamos de qué se trata cada uno.



Branding: Posicioná tu marca.

En esta categoría están incluidos los posts que tengan por objetivo posicionar tu marca. Para pensarlos es muy importante que antes tengas definida una identidad de marca clara: pensá en el estilo de vida que quiere proyectar tu marca, en la personalidad, en los valores que comparte con su audiencia.

Todos estos elementos son posibles “excusas” para generar contenido que te permita contar la historia detrás de tu emprendimiento.

Acordate que en las redes las personas generalmente no están buscando comprar productos o servicios, sino que se relacionan con las marcas a través de las historias que cuentan, de ahí que el contenido de branding es fundamental para posicionar tu marca en la mente de tus seguidores.



Branding:

10 ideas!

1. ¿Qué significa el nombre de tu marca?
2. ¿Cómo surgió el logo? (contá el proceso, menciona a la persona o el estudio que lo diseñó, etc).
3. Inicios: contá cómo empezó el emprendimiento y cómo fue creciendo.
4. Hablá de tu producto o servicio estrella.
5. Inspiración: Si vendes productos, hablá de qué te inspira para crearlos.
6. Soluciones: Si vendes servicios, hablá del problema que solucionas.
7. Espacio de trabajo: mostrá tu lugar de trabajo, contá cuál es tu manera de trabajar, cómo haces para tener ideas nuevas, cómo es un día laboral.
8. Clientes felices: mostrá fotos de tus clientes o plaquitas de textos con testimonios.
9. Tips / tutorial: ofrecé algún material gratuito vinculado con tu marca, mostrá lo que sabes hacer.
10. Presentación cruzada: hacé una foto con otro proyecto (mostrando los productos de ambos en una foto, por ejemplo), contá cómo se conocieron y por qué recomendás sus productos o servicios (que la otra persona haga lo mismo en su cuenta) así cruzan audiencias.



Interacción: Generá conversación.

El objetivo de Interacción englobará todos los posts que no están directamente vinculados con tu marca ni con lo que vendes pero que pretenden generar conversación e interpelar a tu público desde un costado más humano.

En este punto la pregunta de siempre es: ¿cómo sé sobre qué temas hablar? ¿cuáles son las temáticas afines a mi marca y con cuáles “me voy de tema mal”? Para identificar los ejes temáticos de tu comunicación te aconsejo que generes dos listados:

En el primero ubicá posibles temáticas que tengan relación con tu marca, aquellos temas que reflejan el espíritu de tu proyecto, que tienen que ver con su personalidad y que a vos como emprendedora te interesan!

En el segundo listado hacé foco en tu público: ¿qué temas son de su interés? ¿sobre qué buscan información? ¿qué los divierte?

Aquellos temas que aparezcan en las dos listas serán tus ejes temáticos. Elegí dos o tres que sean relevantes y hacé foco en ellos.



Interacción: 10 ideas!

1. Contá quién sos: la persona detrás del emprendimiento, cómo te definís, qué te gusta, cuál es tu profesión, etc.
2. Qué es para vos emprender: hablá de tu día a día como emprendedora, qué te motivó a desarrollar tu propio negocio y qué le dirías a alguien que recién empieza.
3. Quién te inspira: nombrá a otros emprendedores, mentores, capacitadores y personas que te hayan apoyado en tu camino emprendedor (arrobalas para que quienes te siguen también puedan conocerlas).
4. Qué disfrutas: conta qué te gusta hacer en tu tiempo libre, qué te hace feliz.
5. El lado B de emprender: hacé catarsis emprendedora, proponé acciones que mejoran tu trabajo diario, compartí cosas que te hayan dado resultado en tu día a día emprendedor.
6. Noticias: Hacé un post con alguna noticia relevante y mostrá tu postura frente a eso (ejemplos de noticias relevantes pueden ser la final de la Copa Libertadores, el dólar, el G20, etc).
7. Recomendá: según los gustos de tu público y el rubro de tu marca animate a hablar de tus entretenimientos favoritos: viajes, salidas nocturnas, series, películas, libros, etc.
8. Agradecé: nunca está de más dar las gracias por algo (a tus seguidores por leerte, a tus clientes, a alguien que te haya dado una mano en tu proyecto, al universo, etc).
9. Espacios: mostrá algún espacio que te inspire, un rinconcito de tu casa que te guste, un lugar en la ciudad que recomiendes, etc.
10. Recomendá cuentas: Mencioná otras cuentas que te gusten y que estén vinculadas con tu rubro. Por ejemplo: si sos diseñadora, podés mostrar cuentas de agencias de diseño que te gusten, si vendes indumentaria podés recomendar blogueras de moda que tengan tu estilo.



Conversión: Llamada a la acción.

Los posts pensados dentro del objetivo “Conversión” pretenden que las personas que los vean realicen alguna acción.

Es posible que la mayoría de tus objetivos de conversión tengan que ver con incentivar las compras, pero también puede ser que sean otros, como aumentar el volumen de suscriptores en tu blog, aumentar la cantidad de followers en tu perfil de Instagram, que las personas se registren en un webinar gratuito, etc.

Lo importante en estos posts es que la llamada a la acción sea clara y fácilmente identificable. Es decir: nuestra audiencia tiene que saber exactamente qué queremos que haga cuando lea ese post. “Visita nuestra tienda”, “Regístrate”, “Aprovecha la promo hoy!” son ejemplos de llamadas a la acción claras y es muy importante que las tengas presentes a la hora de redactar los textos de este tipo de publicaciones.



Conversión: 10 ideas!

1. Lanzamiento: lanzá un producto o servicio nuevo.
2. Producto o servicio: hablá de un producto o servicio puntual, hacé una descripción detallada y mostrá variantes.
3. Promoción: armá un descuento por tiempo limitado en una categoría de productos o servicios o en algún producto o servicio en especial.
4. Combo: pensá un paquete que incluya varios productos o servicios a un precio exclusivo e invitá a tus seguidores a aprovecharlo (ponele fecha de finalización).
5. Canales de comunicación: mencioná cómo pueden comunicarse, recordarles los medios de contacto, si tenes un sitio web u otros perfiles en RRSS que puedan visitar.
6. Envíos: si vendes productos contá cómo son los métodos de envío y las facilidades que les das a quienes te compran.
7. Proceso de compra: si vendes servicios contá cómo pueden acceder a tus servicios tus futuros clientes (reuniones, videollamadas, proceso de conocimiento entre vos y tu cliente).
8. Contenido para suscriptores: pensá en algún contenido gratuito o beneficio especial para quienes se suscriban e invitá a tus seguidores a hacerlo.
9. Sorteos: elegí un producto o servicio que la rompa y sortealo entre quienes comenten el post. (si podés organizar un sorteo en conjunto con más emprendedores mucho mejor!).
10. Cómo funciona: si vendes un producto mostralo en funcionamiento, cómo combinarlo, cómo aplicarlo en tu hogar. Si vendes un servicio contá que beneficios trae, qué soluciones da, etc.



Ahora es tu turno!

Teniendo muy presente la personalidad y el estilo que querés transmitir con tu marca y, por supuesto, aquellos temas que creas que son relevantes para tu comunidad, te recomiendo que listes posibles publicaciones que correspondan a cada uno de los objetivos.

Eso sí: no te queden con las primeras ideas que aparezcan, tratá de completar una lista de 10 publicaciones por objetivo, vas a ver que después de las cinco primeras empiezan a surgir ideas más interesantes.

El paso final es pasar a un calendario mensual las publicaciones que hayas pensado previamente. Para esto, te aconsejo seguir estos pasos:

1. Identificá las fechas relevantes en el calendario:

estas fechas van a ser las rectoras de toda la comunicación. Por ejemplo, en diciembre está Navidad, por lo que es posible que esa fecha rijan la ubicación de los contenidos del objetivo CONVERSIÓN, que va a ser muy importante ese mes.

2. Equilibrá el contenido: procurá tener todas las semanas una cantidad similar de publicaciones y un mix variado entre los tres objetivos.

Ahora sí, en la próxima página vas a encontrar un planner donde seleccionar cada objetivo y ubicar cada una de tus publicaciones. Adelante!

Planner DE CONTENIDO

MES

AÑO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO

DEFINÍ UN OBJETIVO PARA CADA POST



1. BRANDING
Contenido pensado para posicionar la identidad de tu marca.



2. INTERACCIÓN
Contenido generador de conversaciones y de interés para tu comunidad.



3. CONVERSIÓN
Contenido enfocado en generar una acción (compra, suscripción, follow, etc).



Poné tu plan en acción.

Una vez que el calendario mensual está completo es momento de poner manos a la obra para materializar esos posts: ¿necesitas sacar fotos nuevas? ¿armar flyers? ¿grabar algún video? Hacé una lista con todo lo que necesitas para concretar todas publicaciones y poner tu plan en acción.

Por último, recordá que lo que no se mide no se mejora. El análisis no es la parte más divertida de las redes sociales, lo sé. Pero es muy importante para detectar qué contenido funcionó mejor y cuál necesita pulirse.

En Instagram, podés analizar la sección CONTENIDO dentro de las estadísticas para identificar qué posts tuvieron mejor interacción. Tratá de analizar a qué temáticas correspondían, qué tipo de material funcionó mejor (tipo de foto, video, carrouseles), qué tipo de textos (más largos, más al grano). Detectar la performance en función de estos pequeños elementos que te va a ayudar a planificar el próximo mes.



GRACIAS!

¡Llegamos al final! Espero de corazón que esta información te sirva para optimizar y mejorar la comunicación de tu proyecto y que puedas hacerlo crecer cada día más.

Por último, si ponés en práctica estos tips y usas este material para planificar el contenido de las redes de tu marca, avisame! Compartí una historia en Instagram y arroba mi cuenta (**@holachinarodriguez**) así hacemos que este material gratuito llegue a más y más emprendedores.

¡Gracias por leer!

Abrazo grande,
La China.

¡NOS VEMOS EN LAS REDES!



*China
Rodriguez*

CHINARODRIGUEZ.COM