

Logística de Negocios

Las redes sociales son tu tarjeta de presentación.

Origen y el Arranque

1. Marca personal

¿Cómo te vas a relacionar frente al mundo?

La marca es la suma de los atributos tangibles e intangibles (lo que eres, lo que haces, el diseño gráfico, tus redes sociales).

- ¿Qué te hace valioso, útil, confiable?
- ¿Cuáles son tus habilidades?
- ¿Por qué estás capacitada?
- ¿Cuál es la personalidad que quieres transmitir?
- ¿Qué es lo que quieres posicionar?

Puntos clave:

- Las redes sociales no son tu negocio, es un canal de marketing.
- ¿Quieres más clientes o más seguidores?
- Te quieres posicionar como experto en tu nicho.
- Vive lo que vendes, para convencer a los demás de que necesitan tus servicios.

Identifica que es lo que puedes decir diferente a los demás

- Propósito: ¿Por qué haces lo que haces? ¿Cuál es tu historia?
- Valores: ¿En qué crees y qué es lo que representas?
- Misión: ¿Qué buscas y qué aportas a tus clientes?

2. Estrategia y planeación

Para que tu negocio avance es necesario que los objetivos sean claros y para alcanzarlos necesitarás tener una estrategia.

¿Qué puedo hacer hoy para llegar al objetivo final?

Objetivo: es un propósito concreto por alcanzar.

Estrategia: es el conjunto de acciones planificadas en un periodo de tiempo para lograr el objetivo planteado.

Objetivo SMART

- Específicos: claros
- Medibles: ponerle un número a tu objetivo (cuantos clientes, cuantas ventas).
- Alcanzables: considerando el tiempo, costo y prioridad del objetivo.
- Relevante: debe de hacer sentido para ti y para los demás. Una meta adecuada para el momento en el que estás viviendo.
- Oportunos: Poner un tiempo límite para cumplir los objetivos.

Planeación:

Crear un plan de acción que te permite tener una idea concreta de hacia donde quieres ir.

En el caso de redes sociales:

- ¿Cada cuánto quieres postear?
- ¿Cuáles días son inamovibles?
- ¿Qué te arrojan tus insights?
- ¿Qué temas le gustan a tu audiencia?
- ¿Qué tan flexible puedes ser?

Prepara un calendario de Redes Sociales, que esté lleno con ideas de los posts que quieres crear y compartir.

¿Quién es tu seguidor/cliente ideal?

Identifícalo por escrito y prueba diferentes combinaciones. Describe a la persona demográficamente, psicográfica y conductualmente.

Una vez que conoces a tu mercado objetivo / cliente ideal entonces puedes preguntarte ¿Cómo voy a generar una conexión con ellos?

Tips para arrancar tu negocio

Considera estos 3 puntos antes de empezar:

- Nombre: Lo primero que se percibe.
 - Verifica que esté disponible el instituto de propiedad intelectual de tu país, redes sociales y página web.
- Logo: extensión visual de lo que comunica tu nombre.
- Slogan: refuerza el mensaje de tu marca.

Puntos importantes por considerar para tu negocio

- Construir una sociedad
- Alta tributaria
- Métodos de cobranza
- Cuentas bancarias
- Registro de marca

Errores que NO debes cometer en Redes Sociales:

- Tener la cuenta de tu negocio privada.
- No interactuar con tu comunidad.
- Usar fotos que no tienen que ver con tu línea de negocio.
- No usar influencers: tienen un gran impacto y amplifican tu mensaje.
- No usar hashtags: son un motor de búsqueda y pueden ayudarte a que más personas conozcan tu marca.
- No ser autentico.
- Comprar seguidores: afecta el engagement de tu cuenta.

- Fijarte en los likes: no es el único parámetro de éxito en redes sociales.

¿Cómo crear contenido de valor?

- Se deben de tener en cuenta los siguientes elementos:
 - Captions: Nutren de valor a la imagen.
 - Imagen: Tienes 3 segundos para enganchar la atención de tu audiencia.
 - Claridad: cual es el mensaje que quieres dar con cada posteo.
 - Composición: como combinan las fotos de tu perfil entre todas (últimas 9 – 12 fotos).
 - Congruencia: seleccionar los pilares de comunicación de tu cuenta y que se vea unificado.
 - Consistencia: frecuencia de los posts, storytelling, la forma de redacción, identidad de marca.

Los captions, es el texto de la imagen, deben de trabajar en sintonía para captar la atención de tu audiencia. Elementos que no pueden faltar: autenticidad, que conecte con tu audiencia y los emocione.

Hay dos formas de escribir los captions:

1. Storytelling: de que manera puedes contar una historia para transmitir al lector “tu mundo” y genera comunidad. (80% - 75%)
2. Copywriting: despierta curiosidad en tu audiencia, ofreces valor comercial y buscas que el lector tenga una acción comercial. (20% - 25%)

6 elementos para un gran caption:

1. Killer first line para enganchar los primeros segundos.
2. Incluye un call to action en dónde les digas que quieres que hagan con este post.
3. Se consistente con tu voz, debes definir como vas a hablar con tu audiencia y ser consistente en la redacción. Vas a hablar en plural, singular, te vas a mostrar amigable o más profesional.
4. Usa espacios visuales para que sea más fácil leerlo.
5. Usar emojis.
6. Usar hashtags a lo largo del texto.

Los clientes no compran un producto o un servicio, compran lo que les haces sentir. Cuando sea momento de vender hazlo de manera directa.

Storytelling visual: tus imágenes deben comunicar la experiencia de marca que ofreces.

Elementos importantes en el diseño.

- El color es la manera más fácil de comunicar la esencia de tu marca.
- La composición es como colocas tus elementos claves.
- Revisar que tus imágenes tengan congruencia entre si.
- El Font complementa tu estilo visual.

Herramientas que te pueden ayudar:

- Edición: VSCO, Snapseed, Facetune.
- Diseño: Canva, Over, PicsArt.
- Video: Inshot, Prequel.
- Stories: Unfold, StoryLuxe.
- Planeación: Planoly, Later.

Instagram modifica continuamente su algoritmo y por eso es importante revisar las diferentes tendencias digitales para poder detectar que está haciendo tu seguidor con ellas.

Integra en tus redes diferentes tipos de contenido:

- Reels
- Historias Destacadas
- IG Stories
- Trabajar en conjunto con el algoritmo
- Colaboraciones
- Microinfluencers
- Hashtags
- Mostrarte a ti mismo
- Memes