



RUTA DE CONTENIDO CREATIVO *PARA TUS REDES SOCIALES*

GUÍA PRÁCTICA PARA CREAR Y GENERAR EL CONTENIDO
CON MÁS PERSONALIDAD PARA TU MARCA

MELINA GARRIDO
PERIODISTA Y COPYWRITER

RUTA DE CONTENIDO CREATIVO PARA TUS REDES SOCIALES

1.- ¿SABES QUIÉN TE COMPRA SIN DUDAR?

Tratar de venderle un kilo de carne a un vegetariano es casi misión imposible.

Perderás tiempo, dinero y recursos.

Por ejemplo, **decir que tu mercado son las "mujeres que comen pasteles" no es un nicho.**

En cambio si tu producto está dirigido a "mujeres madres, entre 20 y 36 años, que les encantan las tortas, lo necesitan para celebrar sus cumpleaños, y con ello compartir con sus familiares más cercanos, la cosa cambia.

Eso es un nicho. **Cuánto más específico mejor.** Porque te permitirá hablarles sólo a ellas.

Conocer muy bien a tu cliente ideal te dará ventaja frente a tu competencia. Podrás elegir el mejor contenido y hablarle directamente a ellos.



2.- ¿QUÉ CONTENIDO CREAR?

Si eliges temas específicos, será más fácil que tu cliente se relacione con esos temas.

Una vez que defines, es hora de pensar los títulos concretos para cada uno.

¡Usa 100% tu creatividad!

Siguiendo el ejemplo anterior, dentro del pilar de "tortas" ahora piensa las recetas específicas que vas a preparar y compartir.

Por ejemplo: "Las 10 recetas más rápidas con piña".

Pregúntate: ¿qué intereses y/o problemas tiene tu cliente ideal?

Sobre qué temas tienes experiencia, te gustan y se relacionan con el servicio o producto que ofreces clientes.

Recuerda no basar tú contenido en temas que te interesan sólo a ti porque entonces no atraerás a tus clientes.

3.- ¿CÓMO VAS A DECIRLO?

Una vez que definiste a QUIÉN le estás hablando y de QUÉ temas, llega el momento en definir **CÓMO VAS A HABLAR**.

Tu tono de voz:

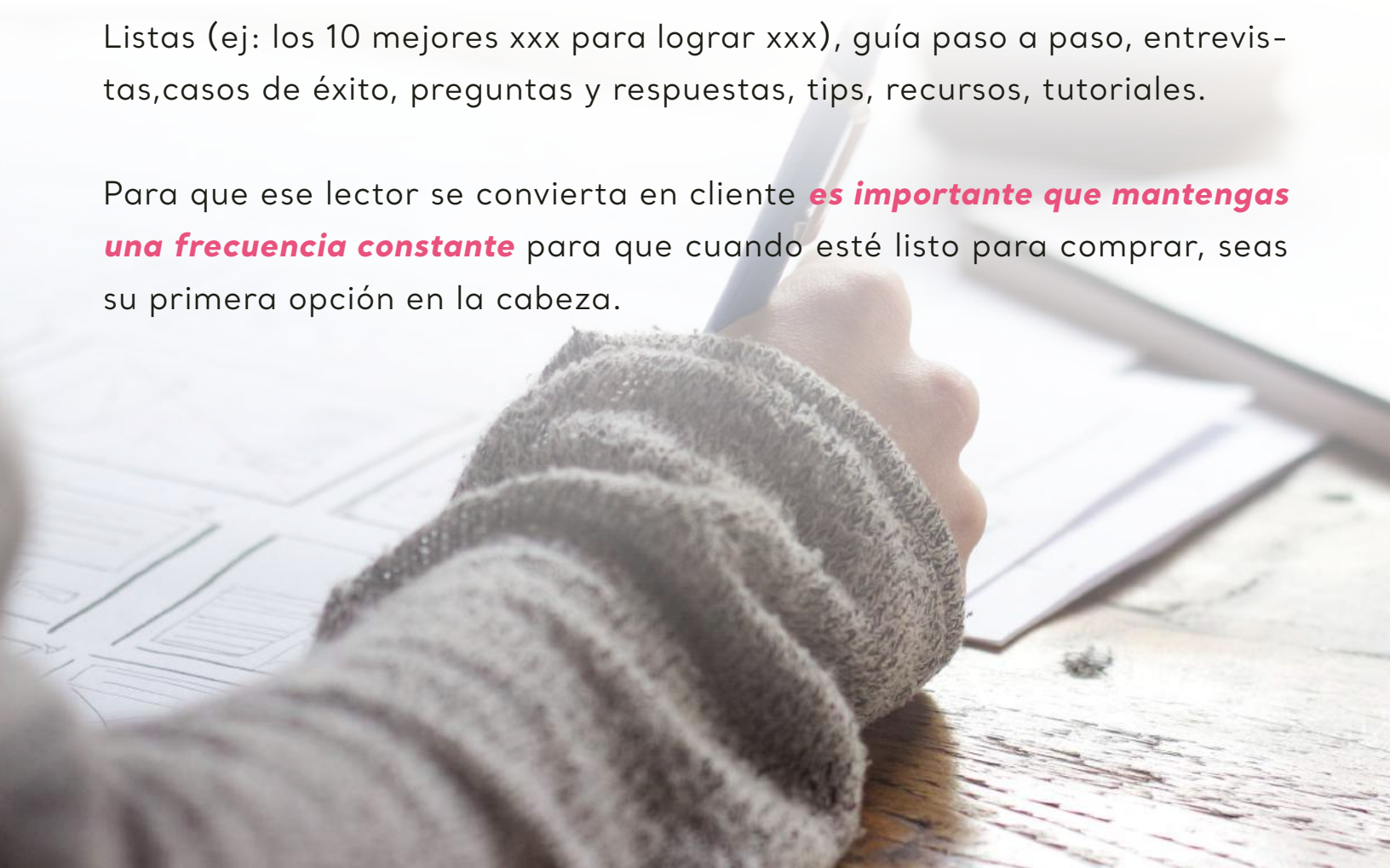
¿Hablarás como experta? Por ejemplo, un tono médico.
¿Una coach sobre productividad? ¿usarás el humor o un tono más serio?

En qué formato: ¿vas a escribir, hacer videos grabar audios o una mezcla de todo?

Tipo de contenido:

Listas (ej: los 10 mejores xxx para lograr xxx), guía paso a paso, entrevistas, casos de éxito, preguntas y respuestas, tips, recursos, tutoriales.

Para que ese lector se convierta en cliente **es importante que mantengas una frecuencia constante** para que cuando esté listo para comprar, seas su primera opción en la cabeza.

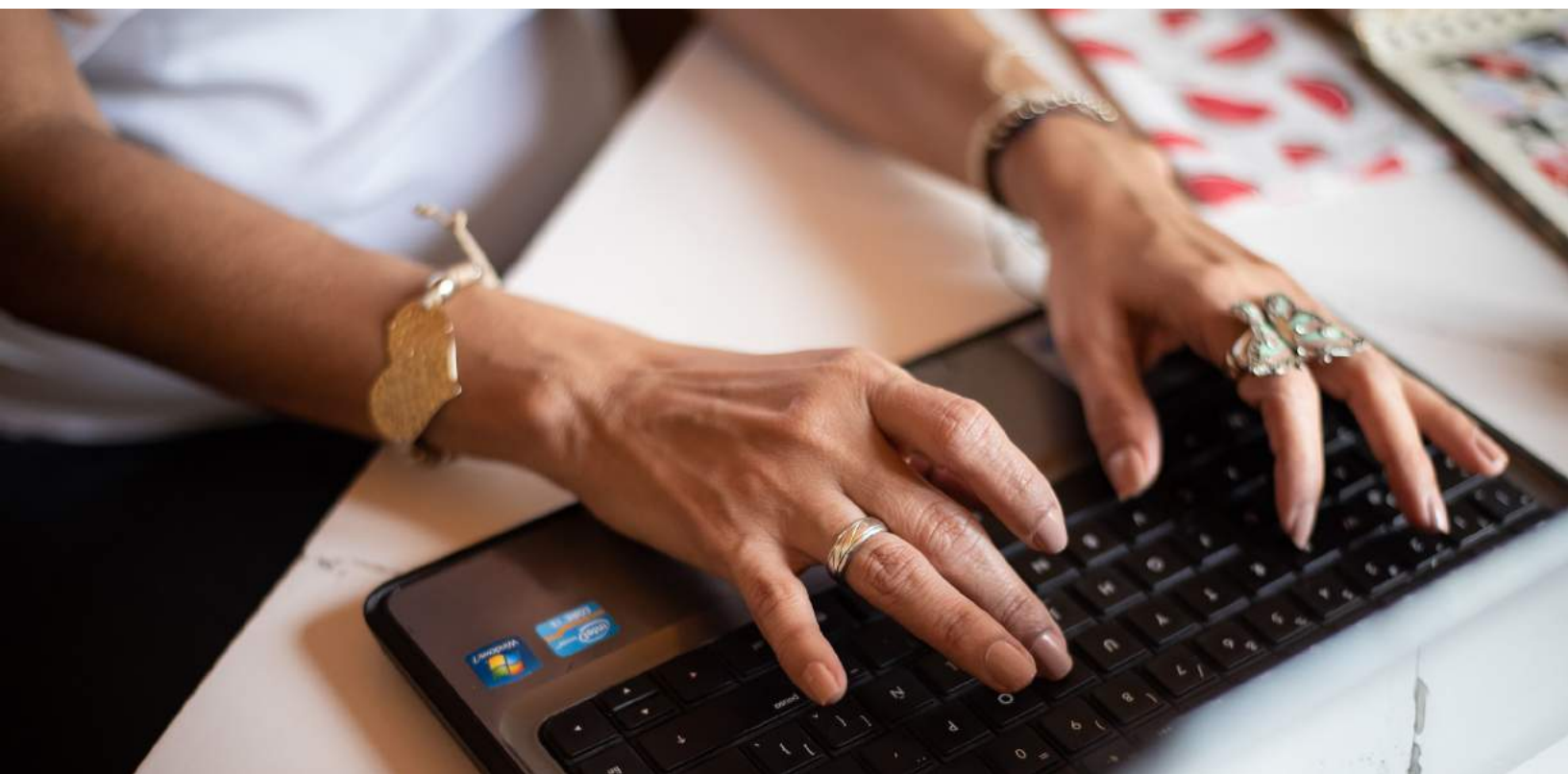


4.- ¿DÓNDE LO VAS A COMPARTIR?

Tan importante como crear el contenido es saber dónde mostrarlo.

Quieres que tus potenciales clientes encuentren ese contenido y lo vean:

- En tu sitio web
- En tus redes sociales.
- En los blogs o redes sociales de otras marcas o personas con quien hagas alguna alianza.
- Para alguna revista o medio de tu industria. Por mail a tu base de datos
- Por notas de voz
- ***Es importante definir dónde podrá verse tu contenido*** porque todas las plataformas sociales no están hechas para todo tipo de personas.



5.- ES MOMENTO DE CREAR

Ahora que tienes definida tu estrategia de contenido es hora de hacerlo.

- Depende el formato que seleccionaste (escrito, video, audio) será el tiempo y recursos que necesites, por eso es importante organizarte bien.
- Te recomiendo que te **agendes el tiempo** para crear tu contenido a fin de que salga bien escrito, editado y revisado.
- Recuerda que esta es una pequeña guía o forma de ayudarte; pero al final, la creatividad y manera distintiva de comunicarte, es única.

¿Te quedaste con ganas de seguir leyendo más tips para deslumbrar con tus textos?

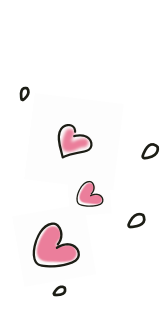




MELINA
GARRIDO



SONRÍE ***AL ESCRIBIR***



Encuéntrame en las redes sociales:



[@soymelinagarrido](#)

¿NECESITAS AYUDA?

www.melinagarrido.com