

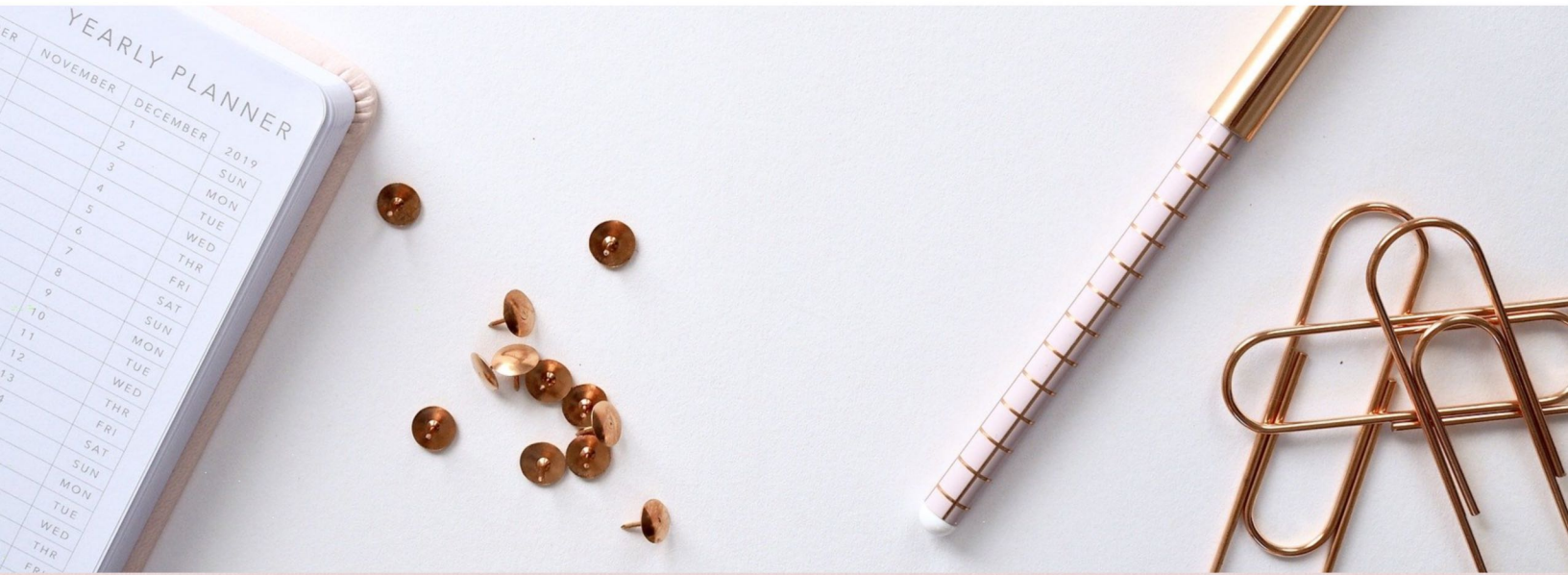


arlene colón

Guía Completa para Mercadear tus Productos en las Redes Sociales



ESTOY EMOCIONADA



Hola!

Me alegro que te hayas detenido un momento para conectarnos. Quiero que tengas presente que he creado esta guía pensando en ti.

Luego de 13 años de haber hecho un sin fin de blogs y varias páginas de internet, he decidido resumir en una guía todas las cosas que me han sido provechosas en este tiempo.

Espero que puedas sacar el mayor provecho de este proyecto que he preparado con amor.



Julene



Tu deseo debe ser crear una MARCA, no solo un negocio

Un negocio es simplemente lo que haces o vendes para generar dinero. Una marca construye conexión, es recordada, es lo que dura.

Descubre exactamente lo que haces y lo que estás ofreciendo

Necesitas ser simple y claro lo que haces. No intentes hacerlo todo, ya que demasiadas opciones e información generan confusión. Debes ser visto como el experto en tu campo, no como alguien que sepa algo sobre muchas cosas diferentes. Está bien permitir que esto evolucione a medida que aprende más sobre lo que le gusta hacer.

¿No estás seguro de qué ofrecer?

Piensa en lo que te encuentras haciendo por diversión o en tu tiempo libre. ¿Hay algo con lo que notas que la gente te pide ayuda? Muchas veces pasamos por alto los talentos porque son muy naturales para nosotros, pero tan valiosos para otros.

Tu Ruta

¿Hacia dónde deseas llegar con tu negocio?

Visión

Misión

Propósito del negocio en 3 palabras:

Metas

¿Dónde deseas que tu producto llegue dentro de...

5 Años

1 Año

Meta Principal por 90 días

Pequeñas metas que apuntan a la principal



Traiga todo esto visualmente

Ahora que hemos construido nuestra base, es hora de crear. Las imágenes son lo que atrae a las personas a su negocio. Es lo que puede hacerte destacar y lo que le da esa sensación que quieres al mundo.

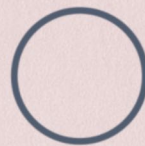
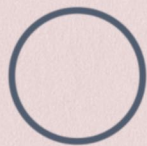
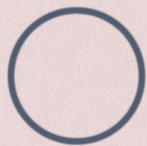
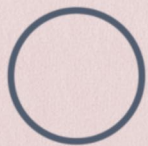
La sensación que desea evocar influirá en sus elecciones de color, selecciones de fuente y el aspecto completo de su negocio.

Decida su paleta de colores, fuentes, diseño de logotipo y estilo de imágenes visuales.

Marca

¿Qué imagen viene a tu mente cuando piensas en el propósito del negocio?

¿Qué colores se alinean al propósito del negocio?



Logo Principal

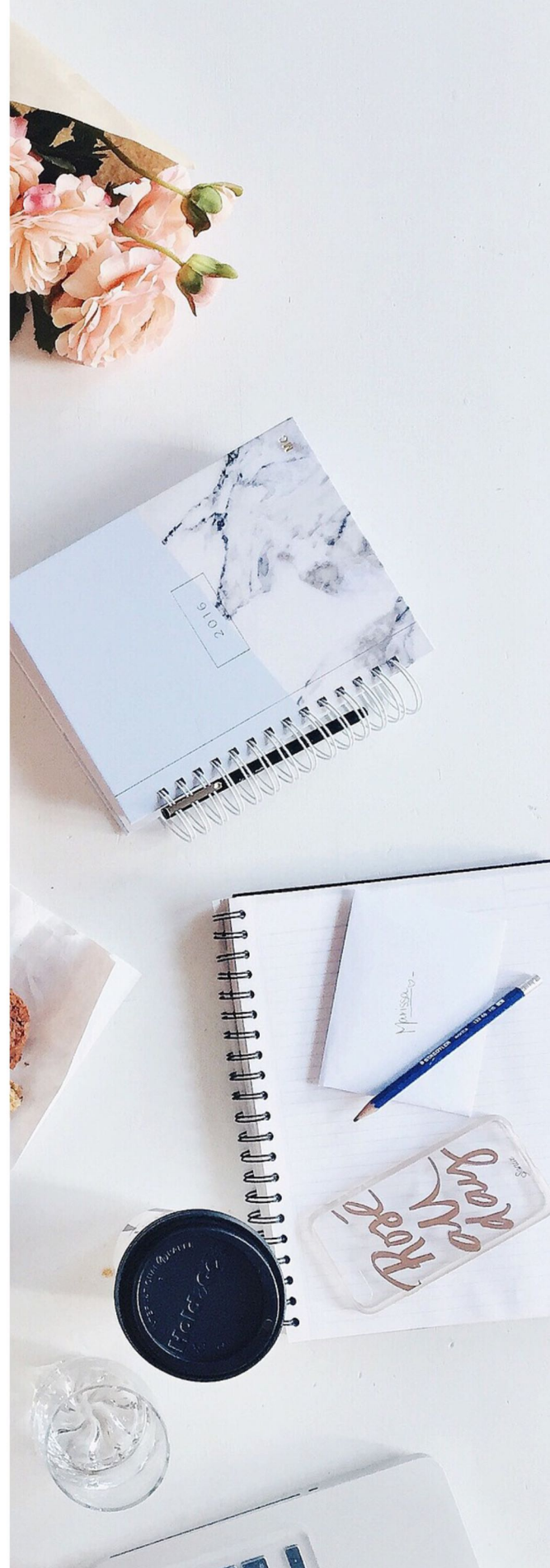
Logo Secundario

Icono

Segmentación

La segmentación de mercado se puede considerar como el proceso de dividir el mercado en grupos más pequeños que comparten características en común. Y que en base a esas diferencias cada grupo puede necesitar productos o estrategias de marketing diferenciadas.

Es por eso que vamos a proceder a segmentar los clientes, los productos, las promociones y la lista de email.



Decide quién es tu cliente ideal

No intentes trabajar con cualquier tipo de persona. Escoge tu cliente ideal y profundiza en él. Conoce sus verdaderas luchas y sus deseos.

Cuanto mejor conozcas a tu cliente ideal, más rápido podrás conectarte con él.

Considera además el ambiente que deseas transmitir con tu marca. ¿Cómo deseas hacer sentir a los demás cuando interactúan contigo y con tu negocio?



Tu cliente ideal

Selecciona 3 características de tu cliente ideal

Género
Edad
Lugar
Educación
Empleo
Ingresos
Estado Marital
Estado Parental
Mascotas
Pasión
Problema

Describe a tu cliente ideal

Tu cliente ideal es :

Productos

Tres necesidades de tu cliente ideal:

- 1.
- 2.
- 3.

Beneficios de tus productos:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Categorías de tus productos:

- 1.
- 2.
- 3.

Promoción

Respuesta de las personas ante las Promociones:

94% - Redes sociales, Blog

71% - Email, Regalos

56% - Videos, Webinar

35% - Mini curso

15% - Ofertas

8% - Venta cruzada, Testimonios, Preguntas y Respuestas

¿Qué ideas de promociones que pudieras utilizar para tus productos?



Email

Organiza la lista de suscriptores con etiquetas

Por ejemplo:

1. Compraron libros
2. Se registraron para video
3. Se registraron en curso

Tus etiquetas:

- 1.
- 2.
- 3.



Etiquetas y Hashtags

Escribe las etiquetas que se aplican según tu:

Industria

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Nicho

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Marca

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Comunidad

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Evento

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Utiliza estas etiquetas como hashtags



Cubetas de Contenido

Pasos para crear diferentes tipos de contenido

1. Entiende el propósito de tu contenido.

- Crea contenido que se relacione con el problema de tu cliente ideal.
- Crea contenido que se alinee al deseo o meta de tu cliente ideal.
- Crea contenido que demuestre cómo resolver los problemas específicos de tu cliente ideal.

2. Crea los tipos de contenido que deseas crear (cubetas de contenido)

- citas
- detrás de escena
- memes
- testimonios
- artículos del blog

3. Crea ideas de contenido que se basen en el propósito y en las cubetas de contenido

Por ejemplo:

- Testimonio de cliente satisfecho
- Cita de metas de tu cliente ideal
- Un meme de un problema de tu cliente ideal



Plantillas

Prepara plantillas para los distintos tipos de contenido y para tus emails. Utiliza siempre los colores y el tipo de fuente que se alinean a tu marca en todas tus publicaciones, de este modo todo el contenido tendrá coherencia y tu cliente ideal podrá identificar rápidamente tu marca.

Una vez tengas lista las plantillas ahorrarás tiempo en la creación de tu contenido.

En el caso de los emails puedes preparar diferentes tipos de plantillas:

1. Colección de productos
2. Consejos
3. Alentar a comprar un producto
4. Artículos de blog
5. Ofertas

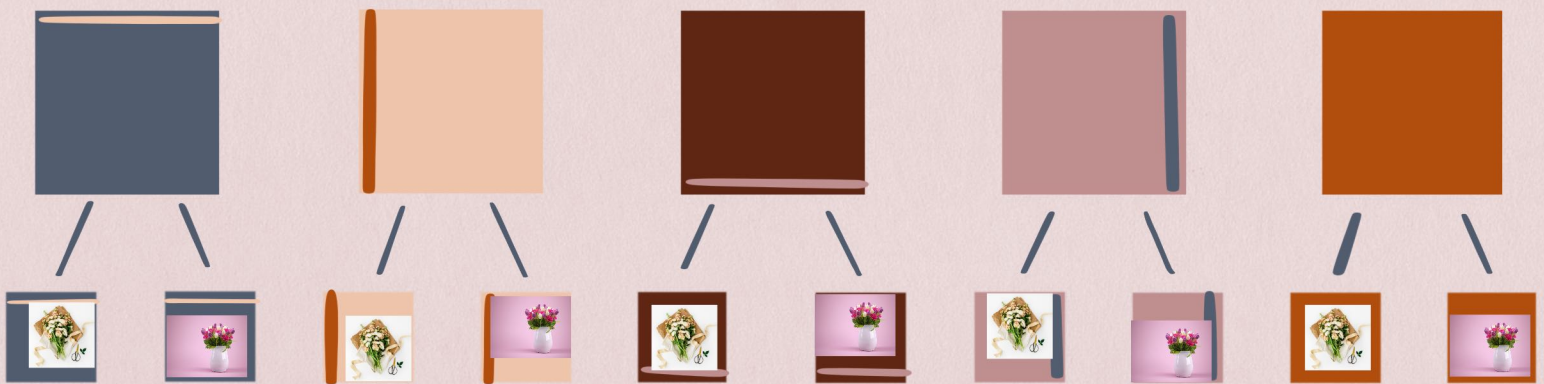


Plantillas de Contenido

Ya tienes tus cubetas listas y ahora puedes preparar tus contenidos

1. Diseña 5 plantillas diferentes
2. Escribe dos títulos distintos para una misma publicación
3. Selecciona 2 imágenes diferentes

Ahora distribuye tu contenido



el resultado será 10 imágenes distintas de una sola publicación

Finalmente puedes distribuir todo el contenido en tu calendario

Calendario de Contenidos

Cubeta de Contenido

Domingo	
Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	

Lista Mensual

Mes

<i>Semana 1</i>	<i>Semana 2</i>
<i>Semana 3</i>	<i>Semana 4</i>

- Presentar (mes actual)*
 - *Refrescar página de inicio (portadas)*
 - *Correr Contenido*
 - *Enviar productos*

- Preparar (para utilizar el próximo mes)*
 - *Productos*
 - *Anuncios*
 - *Videos*
 - *Imágenes de Contenido*
 - *Entradas Blog*
 - *Email (Boletín de Noticias)*
 - *Calendario de Contenido*

- Planificación 2 meses +*
 - *Nuevos Productos*



Automatización

La automatización es el gran secreto de la planificación en las redes sociales. Una vez que tengas ya creado cada contenido utiliza las herramientas disponibles para que se auto publiquen según tu calendario de contenido.

Las entradas de blog por ejemplo pueden automáticamente publicarse. Los emails por su parte contienen el beneficio de la automatización para que envíe tus correos una vez que tus seguidores se suscriban. De igual modo puedes utilizar distintas aplicaciones como IFTTT y Planoly que te permiten auto publicar en las distintas redes sociales como Instagram, Facebook y Pinterest. En fin, no necesitas estar buscando qué publicar en último momento si ya tienes tus publicaciones de forma automática, dándote de este un tiempo libre para contestar comentarios y asistiendo a tus clientes.



¿Te gustaría
actualizar tu sitio
web?

Tengo varios temas
que pudieran
gustarte.

Visita mi tienda y
moderniza tu blog.

arlenecolon.com

