

e-book

DE SEGUIDOR
A INFLUENCER

i nstituto 11

Beyond Learning

Emprende E I V u e I ^o™

ÍNDICE

00

INTRODUCCIÓN

Contexto actual.

La importancia de las redes sociales en la realidad post moderna.

01

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

Construcción de la marca personal:

Qué es la marca personal.

Cómo construirla.

02

DESCUBRIR TU PÚBLICO

Nicho específico, encontrar su necesidad y cómo cubrirla de manera EXTRAORDINARIA.

Qué están consumiendo ahora y qué les gusta, cómo diferenciarte de ello.

03

CONTENIDO DE VALOR

Qué es, cómo crearlo, qué conlleva.

Estrategia de marketing, calendario de contenido.

04

HERRAMIENTAS PARA HACERLO

Funcionalidades de las redes sociales, cómo sacarles mejor provecho.

Aplicaciones de apoyo de fácil dominio.

05

SECCIÓN PRÁCTICA

Casos de estudio.

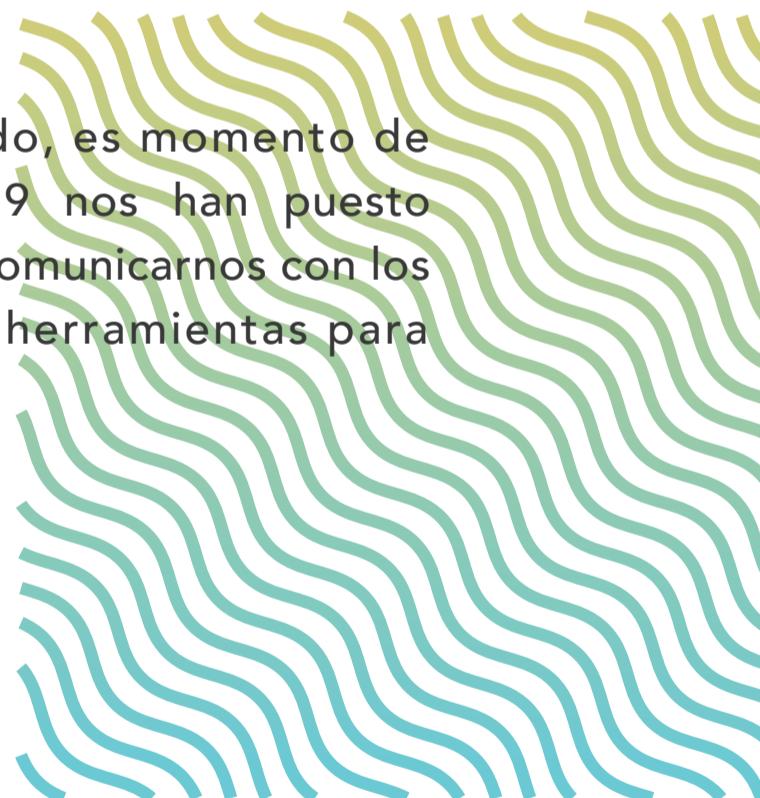
INTRODUCCIÓN

Hoy en día, nuestra convivencia presencial se ha visto limitada. Ya sea porque cada vez pasamos más tiempo frente a una pantalla, por circunstancias extraordinarias como las actuales (COVID-19) o sencillamente porque la tecnología vuelve nuestra vida más simple. Si sabemos usarla, claro.

Hay formas efectivas de comunicarnos, incluso en una situación problemática. La clave para lograrlo está en usar las herramientas correctas. Por eso creamos esta guía práctica, para mostrarte cómo usar las funcionalidades que tienes al alcance de un clic.

Esta guía apremia la necesidad de digitalizarnos y aprovechar las herramientas que nos da la tecnología para comunicarnos de manera efectiva. Reside ahí la importancia de que sepas comunicarte de manera correcta, a través de las plataformas que están llenas de tu futuro público.

Los canales de comunicación han cambiado, es momento de digitalizar nuestros procesos. El COVID-19 nos han puesto muchos retos, uno de ellos es la manera de comunicarnos con los demás. Pero la tecnología nos brinda las herramientas para adaptarnos, está en ti usarlas.



1 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

Una marca personal es la representación de cómo quieres que los demás te perciban. Esto incluye quién eres, lo que representas y qué te hace único. Tenerla definida te ayudará a tomar las decisiones correctas, las cuales te llevarán a otro nivel de éxito.

Para desarrollar tu marca personal necesitas:

- Definir cuál es tu personaje en redes sociales, qué quieres mostrar. Puedes comenzar con esa parte interesante de tu vida, fuera del trabajo, tus hobbies y demás actividades que realices.
- Define tu propósito. No puedes hablar de física cuántica si no eres experto en ello. Descubre para qué eres EL MEJOR, y de qué manera puedes aportar a la sociedad esa particularidad que te hace único.

CONSTRUYE TU MARCA, DIFERENCÍATE DE LO QUE ESTÁN PROPONIENDO LOS DEMÁS.

ESPECIALÍZATE

- Crea conexiones con aquellos usuarios o marcas que enseñarán cosas y te traerán beneficios. De preferencia, busca aquellos que tengan intereses afines a los tuyos.
- Consigue un mentor, alguien que te inspire y a su vez admires su trabajo.

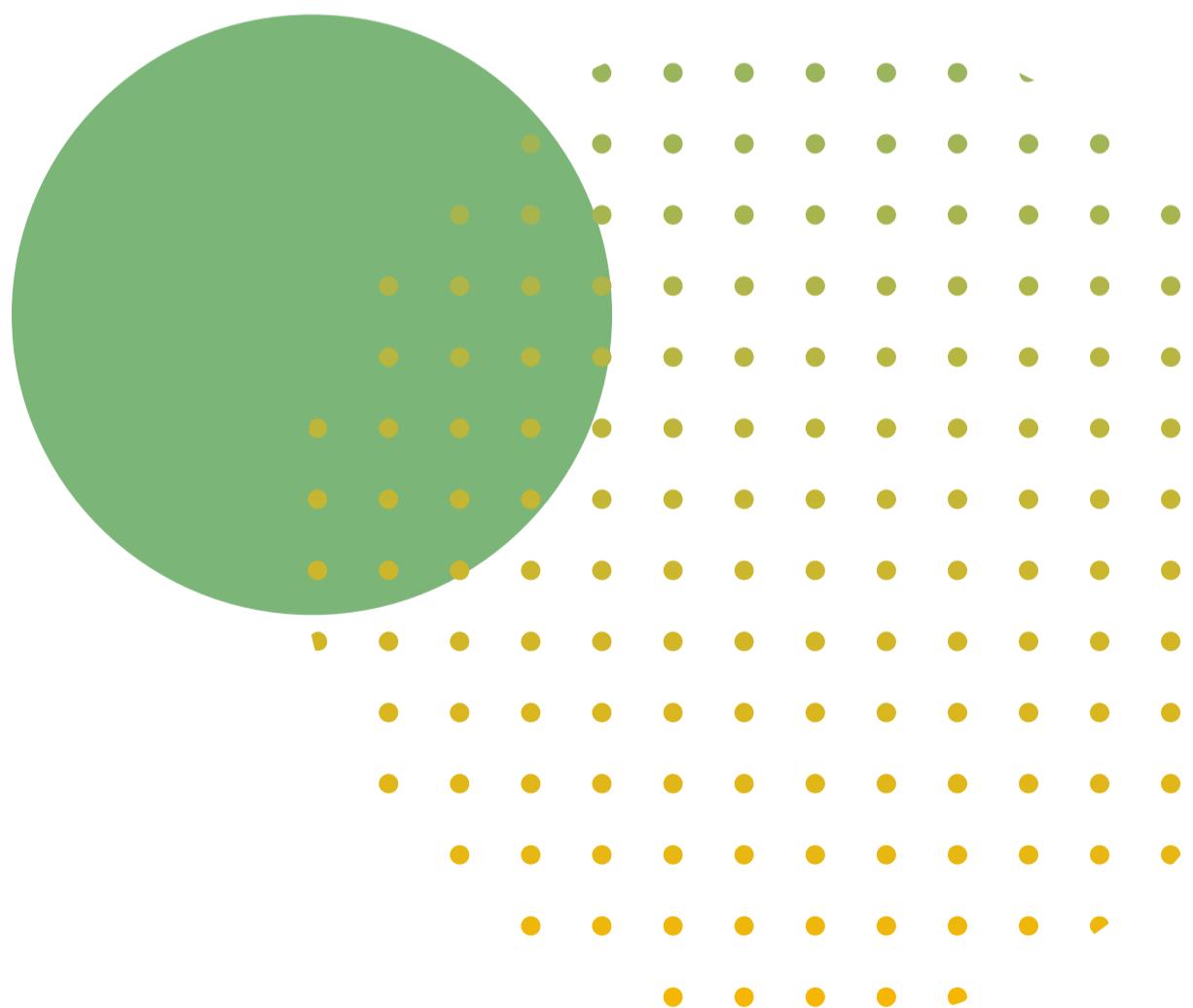
CRECER ES UN PROCESO CONSTANTE... CON AYUDA ES MEJOR.

- **Usa testimonios:** construye tu credibilidad. Además del tráfico que puede producir un influencer, la credibilidad que genera, es de sus principales pilares de ser. Las personas suelen creer más en la reseña de un influencer que los comerciales.
- **Haz una estrategia de marketing:** La única forma de hacer que sobresalga tu marca personal, es creando una esencia de autenticidad reconocida en un tópico específico. Como para todo, necesitas un plan: desarrolla un calendario donde ubiques el material o contenido que compartirás. Separa los tópicos para que así no aburas a tus seguidores.
- **Comparte todos tus esfuerzos:** esa caminata en la mañana, el libro que terminaste, las horas de estudio, ¡todo cuenta! Compártelo con tus seguidores y motívalos a ser mejores ellos también.

EJERCICIO BREVE:

Pensemos en un personaje vistiendo un saco colorido con frases impresas, o en una barba abundante. ¿Qué te viene a la mente? Correcto, pensaste en Carlos Muñoz.

¿De qué manera asociamos la imagen de una barba y lentes, o un saco colorido, a un concepto, nombre o marca? Ahora tu tarea es buscar ese factor diferenciador que tendrás como característica principal.



2 DESCUBRE TU PÚBLICO

Primero debes preguntarte, ¿en qué eres bueno? **Recuerda:** zapatero a tus zapatos, y el que mucho abarca poco aprieta. Si quieres retener la atención de aquellas personas que realmente están interesadas en lo que puedes aportar, **NECESITAS** tener bien en claro de qué hablarás y cómo puedes contribuir con información valiosa.

Encuentra a tu usuario objetivo, entiende mejor sus necesidades y así podrás traducirlas a una solución personalizada. Busca ese nicho específico que necesita de tu ayuda. En cuanto encuentres su necesidad, define de qué manera cubrirla de manera **EXTRAORDINARIA**. Comienza investigando qué están consumiendo ahora y a qué aspiran.



Como dice el diagrama anterior, necesitas desarrollar tus actividades con base a lo que eres y amas hacer, ese es el verdadero **ÉXITO**. La clave está en descubrir cómo ese centro, inspire a otros en redes sociales. El verdadero objetivo de un influencer: **crear contenido de valor que inspire a sus seguidores, y que por ello le sigan.**

3 CONTENIDO DE VALOR

Para crear tu estrategia de contenido según tu marca personal, necesitas comenzar creando una lista de potenciales tópicos que te sean de ayuda para captar a tu audiencia meta. Busca las palabras claves que les suele interesar a tu público meta. A continuación tienes unas aplicaciones que te serán de gran ayuda para definirlas:

- Keyword Planner
- BuzzSumo
- Answer The Public

Cuando tengas dicha lista de tópicos, busca qué están haciendo los mejores. crea contenido sobre ello. El siguiente paso es decidir qué clase de contenido. Algunos ejemplos son:

- Tipos de contenido:
- Textos/artículos
- Videos
- Podcasts
- Webinars
- Cursos online
- PDF sobre guías, checklists, worksheets
- Infografías

OJO: tal vez no tengas que comenzar produciendo todo este tipo de contenido, pero puedes recomendar a tus seguidores aquel material que te haya servido. Las personas valoran muchísimo que busques ayudar y compartir tus conocimientos.

Ahora, si ya decidiste comenzar a hacer tu propio contenido, busca volver volver su presentación lo más atractiva posible.

Considera que tenga estos factores y te aseguro que tendrá el impacto deseado:

- **Un gancho.** Define cuál será tu mensaje y de qué manera lo plantearás para que así llame la atención.
- **Dolor.** Remite a un problema que pueda presentar tu audiencia. Hácelo saber, dile que tú también lo sabes y muéstrale lo mal que está que no haga nada al respecto.
- **Solución.** No le des soluciones, guía a tu espectador para que él mismo concluya con la respuesta.
- **Llamada a la acción.** Dile qué hacer después, haz una invitación clara y atractiva, hacia lo que recomiendas.

RECUERDA: Siempre que subas contenido a tu cuenta, usa recursos visuales que refuerzen tu marca personal.



4 HERRAMIENTAS PARA CREAR CONTENIDO

Si lo que quieras es crear contenido de calidad y hacer que llegue a las personas que les interesará, lo que tienes que decir, tienes que comprender el proceso como un ciclo de 360°. En **Instituto 11** hacemos gran hincapié en cada etapa, desde su planeación hasta el análisis de los resultados. A continuación, los pasos generales que debes seguir para comenzar a profesionalizar tu perfil:

- Comienza por planear el contenido del mes, no tiene que ser diario, pero sí constante.
- Crea el contenido de calidad que refleje tu marca personal, de esta forma comenzarán a verse cada vez más uniforme tus redes sociales.
- Publica en los horarios de mayor tráfico, conforme publiques podrás analizar las que más tienes interacciones con tu audiencia.
- Posterior a su publicación se miden los resultados con base a la interacción y alcance. Dichos números serán los que nos digan de qué hablar en las siguientes publicaciones.

No necesitas hacer grandes inversiones para generar contenido de calidad. Puedes comenzar a hacerlo con tu mismo celular. Eso sí, no olvides cuidar los detalles (iluminación, un fondo liso, modular tu voz al hablar, etc).

Te presentamos las **herramientas** que en **Instituto 11** solemos usar para agilizar nuestros procesos, seguro a ti también te servirán:

GESTIÓN Y ANALÍTICA:

Hootsuite, Sprout Social, Metricool, Buffer



PUBLICIDAD

Facebook Ads, Linkedin Ads, Google Ads



IMÁGENES Y CONTENIDO DE VALOR

Canva, Adobe Spark, TouchRetouch, Pixlr



EDICIÓN AUDIOVISUAL

InShot, Over, Final Cut, Adobe Premiere



TU CELULAR:
ALIADO #1

5 SECCIÓN PRÁCTICA

5.1 Desarrolla una estrategia de contenido para tu marca personal:

¿Quién eres?

¿Qué ofreces?

¿Qué te diferencia de los demás?

¿Qué te vuelve interesante o valioso, por fuera de tu actividad principal? Hobbies, intereses, habilidades.

5.2 Desarrollo de caso específico:

Ocurre un tornado, cerca del lugar en el que tienes un negocio de electrodomésticos. Plantea una estrategia en la que puedas apoyar a tu comunidad, con la ayuda de una campaña en redes sociales.

TIP: Ayuda a los demás, al mismo tiempo que generas comunidad y participación de tu público.

Presentar casos excéntricos, despertar la creatividad e imaginación de usuarios.