



TU GUÍA DE VIAJE

SEGUNDA PARADA

SocialmediaLAND:
el universo del
copywriting para
redes sociales





«El contenido es el fuego
y las redes sociales son la gasolina».

Jay Baer

Piensa en las redes sociales como en un altavoz gigante que logra que los contenidos de marca tengan repercusión **en personas que ni siquiera te conocen**.

Y es que, precisamente, esa es la gran ventaja de las redes sociales y la razón por la que merece la pena que una empresa invierta tiempo y recursos en ellas.

Las redes sociales nos dan la posibilidad de **HABLAR todos los días** y de forma directa con clientes potenciales, y también nos permiten presentar nuestra marca en cualquier momento a una nueva persona que, quizás, más adelante se convierta en cliente.

A partir de ese instante, el **copywriting** es lo que te permite hacer crecer esa comunidad, ganarte la fidelidad de tu audiencia y conseguir que conecten con tu manera única de hacer las cosas.

1. Qué necesita ver tu audiencia en tus redes sociales

- **Que tu comunicación es HUMANA.**
Y, por lo tanto, que tienes debilidades y miedos, y que a veces cometes errores, pero que también aprendes, como ellos, todos los días.
- **Que tienes unos principios** por los que luchas y que te hacen único como marca.
- **Que quieres ayudar** de manera genuina y honesta, más allá de que, como cualquier marca, necesites vender.

Por eso, las marcas que consiguen **crear comunidad** siguen estas pautas en su día a día en redes sociales:

- Escriben para **emocionar**, no para impresionar.
- Publican pensando en hacer **amigos**, no en conseguir seguidores.
- Pretenden ser **auténticas** en lugar de querer ser populares.
- **Responden** SIEMPRE y de manera sincera.
- Son **generosas** a la hora de compartir y ayudar.

2. La lógica de las redes sociales para que sean rentables

Recuerda siempre que el viaje del cliente va más allá del simple proceso de ver una oferta y comprar.

OBJETIVO DE LAS PUBLICACIONES

- ayudar
- educar
- entretener

CONSECUENCIA POSTERIOR

- reconocimiento
- *engagement*
- tráfico
- ventas

3. El mensaje de *marketing* para tu biografía

Necesitas dosis extra de copywriting en tu biografía para que en 2 o 3 segundos el usuario decida convertirse en seguidor.

Y ese mensaje de venta debe explicar con claridad:

- a qué te dedicas exactamente;
- a quién ayudas;
- para qué lo haces.

Fíjate en estos ejemplos:





maidertomasena Enviar mensaje ✓ ▼ ⋮

883 publicaciones 74,5k seguidores 517 seguidos

Maider Tomasena ✍️ Copywriter
👉 Te ayudo a vender más mediante textos persuasivos.
👉 Te lo enseño en la @escueladecopywriting®
😁 Aprender a escribir copy me ha cambiado la vida.
www.maidertomasena.com/igmt-bio



elenasocialvet Seguir ▼ ⋮

84 publicaciones 4.853 seguidores 997 seguidos

Veterinaria 🐾 Elena Manzano
👩🏻‍⚕️🐾 | Veterinaria & Asesora #socialmedia
🚀 | Ayudo a veterinarios a relanzar su carrera gracias a la comunicación digital
👩🏻‍💻 | Creadora #socialvet
mtr.bio/elenasocialvet/221889



ES TU TURNO

¿A quién ayudas?

¿Qué quiere conseguir esa persona?

¿De qué manera ofreces esa ayuda?

Ahora concentra esa información en una sola frase:

Ayudo a

a conseguir

gracias a

3. Cómo escribir pies de foto redondos

**Primer paso:
atraer la ATENCIÓN**



Para conseguirlo necesitas escribir una primera línea impactante que deje a tu lector con ganas de saber más.

Aquí tienes 8 fórmulas con las que practicar.

1. Con una fecha y hora específicas.

Por ejemplo:

Eran las 7 de la tarde del 3 de julio de 2013. Ese día apagué las luces de la que había sido mi oficina durante los últimos 5 años. Había descubierto que ese trabajo no me llenaba...



ES TU TURNO

2. Con un dato concreto, ya sea personal o de un cliente.

Por ejemplo:

Quiero contarte lo que me ocurrió hace tan solo 10 años y hoy me da derecho a estar en un escenario hablando sobre copywriting.



ES TU TURNO

3. Con preguntas.

Por ejemplo:

¿Cuántas veces nos hemos sentado delante de una página en blanco sin tener ni idea de qué decir ni de cómo hacerlo?



ES TU TURNO



4. Con un estudio o presentando datos.

Por ejemplo:

La BBC ya nos avisaba en 2011 de que una falta de ortografía puede provocar una caída del 50 % en las ventas. Si esto es así...



ES TU TURNO

➔ 5. Con una frase al comienzo que llame la atención.

Por ejemplo:

Si le vendes a cualquiera, no le vendes a nadie.

 **ES TU TURNO**

➔ 6. Con una afirmación preocupante.

Por ejemplo:

4 de cada 5 empresas desaparecerán en menos de 5 años si no saben destacar en medio del ruido que existe en internet.

 **ES TU TURNO**

➔ 7. A través del acercamiento.

Por ejemplo:

Si tú eres emprendedor y tienes un negocio en internet con el que deseas captar potenciales clientes, presta atención a lo que voy a contar.



ES TU TURNO

➔ 8. Compartiendo un descubrimiento o una confesión.

Por ejemplo:

Hace más de 15 años descubrí algo que me ayudó a entender por qué muchas veces pasamos desapercibidos.



ES TU TURNO



9. Con una declaración categórica.

Por ejemplo:

Los niños pequeños no necesitan comer dulces para disfrutar de la Navidad.



ES TU TURNO

Segundo paso: mantener el INTERÉS



Esta fórmula sencilla te va a ayudar a estructurar rápidamente tus pies de foto:



Se trata de adaptar esa forma clásica de planteamiento, nudo y desenlace que se utiliza para contar historias, pero centrando toda la atención en el problema que tiene el cliente al que quieres atraer y dejando clara la transformación positiva que puede experimentar si te hace caso.

- Planteamos un problema que le afecta.
- Después le explicamos qué pasos puede dar para resolverlo.
- Y, por fin, le anunciamos el resultado final, que para él es muy beneficioso.



PRUEBA TÚ

Plantea un problema que afecta a tu audiencia y que tú también sufriste.

Expón qué medidas tomaste para superarlo.

Explica el resultado que conseguiste y que tu audiencia también podría lograr.

Tercer paso: conseguir que pasen a la ACCIÓN

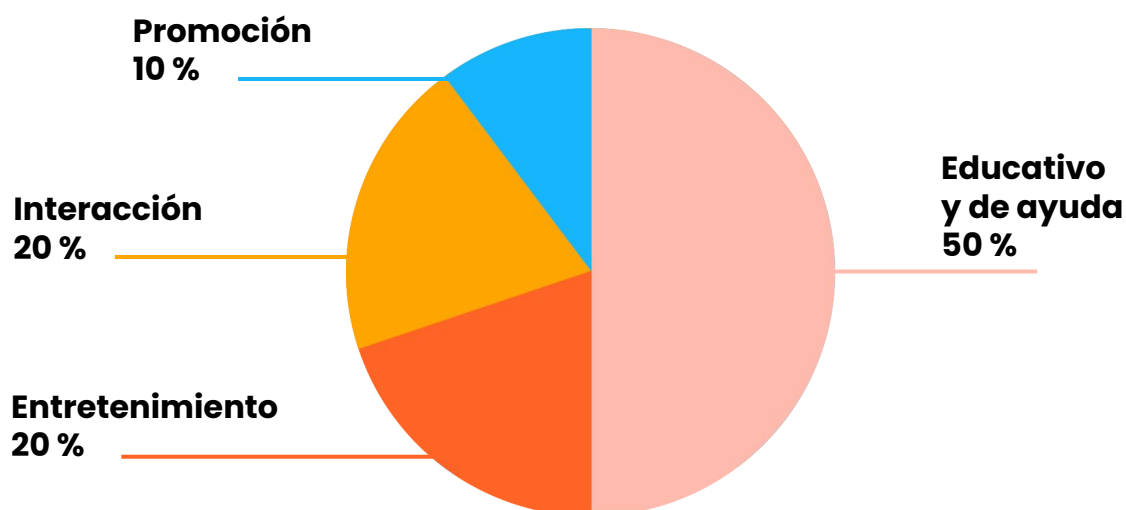


Que no se te olvide jamás cerrar el texto con una llamada a la acción. Se trata de una frase que invite a:

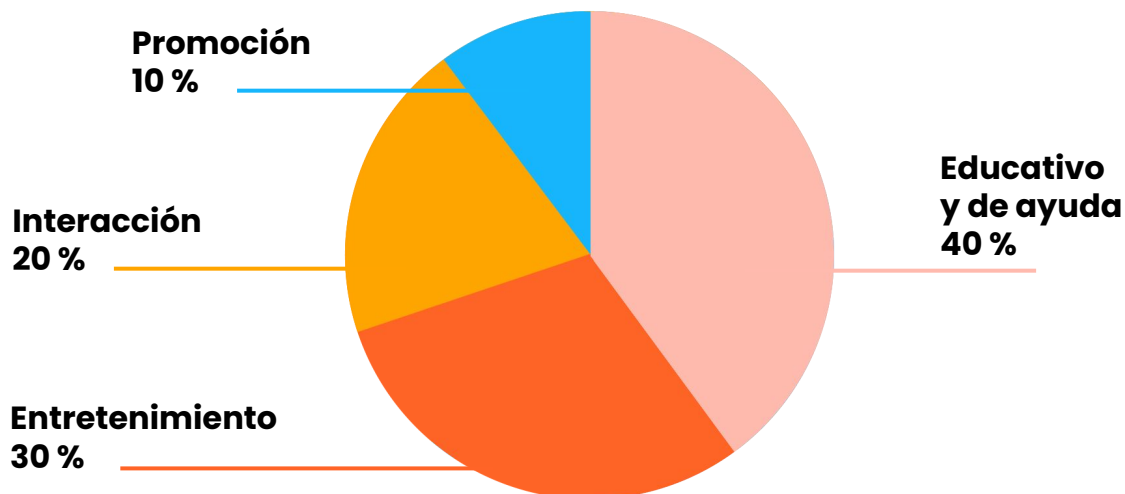
- dejar un comentario;
- compartir el contenido;
- guardarlo en favoritos;
- ir al enlace de tu biografía;
- otros (lo que tú quieras que hagan).

4. Cómo equilibrar tu contenido de redes en función de tu objetivo principal

Si lo que necesitas ahora es **aumentar como sea tu número de seguidores**, la mayor parte de tus publicaciones deberían tratar sobre contenido educativo y de ayuda, otra parte menor tendría que ofrecer entretenimiento e interacción y la más pequeña de todas debería estar dedicada a contenido promocional o de venta.

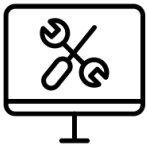
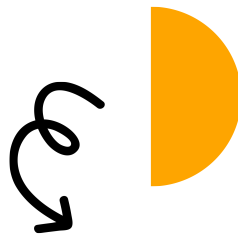


En cambio, si lo que quieres es **incrementar tu alcance y tu número de visualizaciones**, independientemente del número de seguidores que tengas, tendrás que aumentar el contenido de entretenimiento.



5. La gran caja de herramientas para redes sociales

40 recursos que te harán la vida más fácil en el universo de las redes sociales



HERRAMIENTAS PARA MONITORIZAR TU CUENTA Y MEDIR RESULTADOS

Metricool

Para analizar, gestionar y programar tus contenidos.

Campaign URL Builder de Google Analytics

Para ver los resultados de cada uno de los enlaces que hayas compartido.

Bundlepost

Para aumentar el rendimiento de tu estrategia de redes sociales.

Quintly

Para comparar tus canales con los de tu competencia y ver el crecimiento de las métricas que selecciones.

Sysomos Heartbeat

Para saber si se habla de tu empresa (y qué se dice de ella). Mide el volumen de menciones que hay en la red sobre un tema específico. Monitorea Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, Instagram, blogs, foros, sitios de noticias y todas aquellas webs y portales que sean públicos.

NUVI

Para analizar los gustos y comentarios de las personas, ayudarte a personalizar tus mensajes y saber cómo enfocarlos en función del público al que vayan dirigidos.

Social Blade

Para hacer seguimiento y análisis del usuario que quieras.

Socialbakers

Para extraer información de tu perfil, pero también de tu competencia (es de pago).

Feedly

Para estar informado cuando se publique nuevo contenido relacionado con tus filtros de búsqueda.



HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y PROGRAMACIÓN

Hootsuite

Para programar publicaciones de varias cuentas y canales, contestar comentarios directamente desde su panel y recibir estadísticas de tu actividad.

TweetDeck

Para las mismas funciones que Hootsuite, pero enfocado en Twitter.

Onlypult

Para programar *stories* y carruseles de Instagram.

Buffer

Para programar tus publicaciones en Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest, Google Plus e Instagram. Con la versión gratuita podrás conectar hasta tres perfiles.

SocialOomph

Para automatizar la publicación de *posts* y programar el contenido de forma cruzada entre varios canales. También puedes crear publicaciones que se «autodestruyan» para evitar tener en línea contenido con fecha de caducidad, como publicaciones sobre ofertas limitadas o sorteos.

Sprout Social

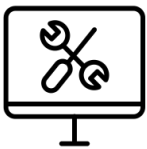
Para gestionar las conversaciones con tus clientes. Es de pago, pero cuenta con una versión de prueba gratuita.

Zoho Social

Para planificar, organizar y administrar el flujo de tus redes sociales. Está pensado especialmente para empresas en crecimiento. Te orienta en tu estrategia con datos basados en la actividad de tus audiencias anteriores, te sugiere una franja horaria para publicar y te permite programar una entrada adaptando la hora a zonas horarias distintas.

SpaceGram

Para dar un formato atractivo a tus textos de Instagram antes de publicarlos.



HERRAMIENTAS PARA CREAR IMÁGENES PARA REDES

Canva

Para crear piezas gráficas de forma intuitiva y fácil.

Over

Una aplicación móvil de plantillas editables con la que crear diseños para redes sociales, tanto en formato para *feed* como de *stories*.

Unsplash

Un banco de imágenes gratuito construido a partir de aportaciones de fotógrafos, perfecto para huir de imágenes demasiado corporativas.

Freepik

Otro banco, pero más completo que Unsplash porque tiene todo tipo de recursos gráficos en varios formatos (vectores, fotografías, PSD o iconos).

Word Swag

Para diseñar textos para tus imágenes con un acabado muy profesional y de forma casi automática.

Coolors

Para generar de forma automática paletas de color.

Fontjoy

Para combinar tipografías.

Photofeeler

Para comprobar si tus fotos transmiten confianza.

ColorZilla

Para capturar el color Pantone de algo que veamos en la web.



HERRAMIENTAS DE ESTILO Y CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA

- Lorca Editor
- Legible
- Buscapalabra
- Llevatilde



HERRAMIENTAS PARA CREAR VÍDEOS PARA REDES

Headliner, VEED y Kapwing

Para editar vídeos y añadirles subtítulos.

Inshot

Para editar vídeos, adaptarlos a distintas dimensiones, añadir filtros y retocar la grabación, todo desde el móvil.

Adobe After Effects

Para crear vídeos animados.

MPEG Streamclip

Para comprimir vídeos y reducir su peso a la mitad.



OTRAS HERRAMIENTAS ÚTILES

PDFescape

Para compartir con tu audiencia documentos editables.

Bitly

Para acortar enlaces, publicarlos en redes sociales y medir su rendimiento.

StreamYard

Para hacer directos en varias redes sociales de forma simultánea.

Video Teleprompter Premium de Joe Allen Pro

Para grabar tus guiones de vídeo del tirón.

