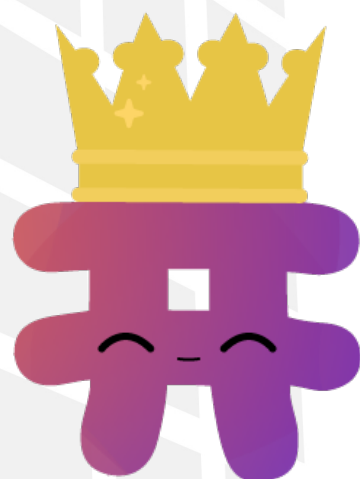


Poténciate con redes sociales

MÓDULO 4

Material adicional de la lección “Hacia una Marca Personal, consejos”
ORIOI BORRÁS GENÉ



MIRÍADAX_

Hacia una Marca Personal, consejos.

A continuación hemos recopilado una serie de **consejos**, en forma de infografía, a partir de distintas propuestas de grandes expertos cuyos enlaces os dejamos al final de la lección.

0. Conócete y analízate
1. Plantéate unos objetivos
2. Busca tus palabras clave
3. Diseña tu nombre y tu identidad visual
4. Define el mensaje, el contenido a transmitir y busca tu público (el qué y el donde)
5. Elige un tono adecuado a tu mensaje y tu canal (el cómo)
6. Plantea tu estrategia, tus acciones
7. Mide y revisa tu estrategia

0. Conócete y analízate

Como paso previos, si vas a “vender lo que haces” es importante que te conozcas bien:

- Identifica **qué te apasiona** para que sea más fácil luego potenciar esa parte.
- Hazte preguntas del tipo: quién eres, qué sabes hacer, qué es lo que mejor haces, qué ofreces, que valor o valores de diferencian del resto, etc.

Puede ayudar utilizar soluciones como la **herramienta DAFO** que permite el estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto, o en nuestro caso, de una persona. Permite analizar:

- Debilidades
- Amenazas
- Fortalezas
- Oportunidades.

Aquí podrás ampliar la información sobre la herramienta DAFO:

<http://dafo.ipyme.org/>

1. Plantéate unos objetivos

Tal y como comentábamos en el punto anterior, cada uno de vosotros tiene sus objetivos específicos a la hora de crear una Marca Personal, es importante crear toda la **estrategia** en torno a estos y que estén bien definidos para **no crear confusión** y **optimizar** al máximo nuestros **esfuerzos** para no perder tiempo.

2. Busca tus palabras clave

A lo largo del MOOC se ha hecho hincapié en la importancia de utilizar palabras clave para mejorar nuestro **posicionamiento**. Es recomendable elaborar un **listado de palabras** que nos definan adecuadamente y que acompañen a nuestra marca y todos los contenidos que generemos.

3. Diseña tu nombre y tu identidad visual

Nuestro nombre nos va a identificar y es una **pieza clave** a la hora de buscarnos en la red. Podemos utilizar nuestro nombre y/o apellidos reales, variaciones o incluso pseudónimos con la finalidad de destacar frente a la competencia,

Cuidado si nuestro nombre y apellidos son muy habituales, quizá tendremos que adaptarlo y tener en cuenta los siguientes **consejos**:

- No abusar de su **longitud**, no olvidéis que debe encajar en longitud para todas las redes sociales.
- Se **asocie** fácilmente a nosotros.
- Evitar abreviaturas complejas o **poco comunes**.
- **Verificar** que estén **libres** en distintas plataformas sociales o espacios web y dominios de internet.
- **Unificar** todas las **denominaciones** utilizando siempre la misma para identificarnos.
- Una vez escogido un nombre **evitar cambios** posteriores, confundiréis a vuestros seguidores además de perder eficacia en el posicionamiento.
- **Analiza** a tu **competencia** y estudia que nombres utilizan, ya sea para seguir en su misma línea o apostar por diferenciarte, solo tú sabes que es lo mejor en tu sector.

Puedes buscar en esta web si tu nombre se está utilizando y en qué espacios o plataformas está libre, también para revisar si lo estás utilizando adecuadamente y es el mismo:

<https://www.namecheckr.com/>

Otro elemento importante es el **diseño gráfico** de todos nuestros espacios en la web, nuevamente crear una identidad gráfica dará una imagen de seriedad y atraerá la atención de terceros.

Hoy en día es sencillo conseguir imágenes atractivas e incluso crear logos a través de las herramientas que encontramos en la web.

4. Define el mensaje, el contenido a transmitir y busca tu público (el qué y el donde)

Nuestro mensaje estará **alineado con la temática** de la que tratemos y a su vez esta se definirá por las palabras clave escogidas.

Debemos crear un contenido que aporte **valor**, sea **único** y de **calidad** para nuestra audiencia. No olvides lo que vimos en lecciones previas, apostar por ofrecer contenidos gratuitos para enganchar a nuestra audiencia, por ejemplo publicaciones en PDF, o algún tipo de sesión de asesoría.

Una clave para la creación de contenido será especializarnos en una temática, para así diferenciarnos y asegurarnos un público.

Algunos consejos para obtener contenido:

- **Insights**, explicado de una manera muy simple, es una verdad sobre el consumidor que te permite llegar a él. Estos los podríamos relacionar con nuestra Marca Personal.
- **Escuchar** a nuestros seguidores.
- Estar **informado** de nuestra **actualidad**, cuales son las **tendencias** o qué hashtags son los más comunes. Ojo con utilizarlos adecuadamente y no por el hecho de ser Trending Topic.
- Seguir a personas relevantes con influencia (**influencers**) dentro de nuestro campo.
- No olvides tus **territorios de contenido**, estos son temas recurrentes sobre los que puedes volver a hablar cada cierto tiempo o propuestas concretas. Por ejemplo un día a la semana puedes hablar sobre un tema más personal, o dedicar un hashtag concreto sobre consejos concretos. Para entenderlo con un ejemplo, podrían ser las distintas secciones que tiene un programa de televisión, pero aplicado de una manera más extensa a lo largo de una semana o mes.

Más información sobre **insights** (muy recomendable el vídeo que hay en su interior):

<https://www.antevenio.com/blog/2017/02/que-es-un-insight-definiciones-de-marketing/>

Es recomendable crearnos un **calendario de publicación** para que exista una publicación constante en nuestros canales y así fijar nuestra estrategia. Podemos hacer uso por ejemplo de calendarios gratuitos como el de Google Calendar, que se pueden ver desde APPs móviles e incluso compartir con nuestros colaboradores.

Existen páginas web que nos ayudarán a conocer las tendencias actuales como es [Trends](#) de Google o [Reddit](#); también está [Trends24](#) que nos informa de los últimos Trending Topics.

Por otro lado, intentemos conocer hacia qué **medios** tiende la red y cuáles son los que más se consumen o mejor funcionan, sobre todo en nuestro sector, aunque también en otros. Ser los primeros a veces nos permite ese valor distintivo. **Tendencias actuales** son:

- Chatbots
- Contenidos efímeros
- Móvil
- Vídeo

En concreto, los chatbots se están convirtiendo en una tendencia actual, estos son programas informáticos basados en inteligencia artificial que permite, de forma automática, mantener una conversación contestándonos e incluso realizando ciertas acciones. Un ejemplo es la famosa [Siri](#) de los Iphone.

Junto con los chatbots y siguiendo la misma línea están apareciendo también **herramientas de automatización** que ante una acción realizan otra. Por ejemplo enviar un mensaje privado de bienvenida cada vez que alguien nos sigue en Twitter, y otras más complejas.

Aquí tienes dos herramientas para realizar infinidad de acciones automáticas:

- [IFTTT](#)
- [Botize](#)

Pero cuidado! No abuses en tus redes de esta automatización, al final nuestra audiencia se puede percatar y dejar de seguirnos.

Puedes obtener más información sobre tendencias en:

<https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/10-tendencias-en-medios-sociales-para-el-2018-20171229-0009.html>

<https://www.40defiebre.com/predicciones-tendencias-de-marketing-digital/>

Finalmente, una de las labores más complejas es conseguir un público que nos siga, ya sea leyéndonos, como cliente o incluso como colaborador. **Nuestra audiencia será quien nos hará crecer**. Este proceso es complejo y requiere de conocimientos avanzados.

Por un lado tendremos que **conocer nuestro público**, analizarlo y trabajar por él:

- Quienes son
- Cómo actúan
- En qué redes se encuentran
- Que contenidos consumen
- Cuando están activos (sus horarios)

Será importante estar al día y analizar los estudios que se vayan publicando sobre tipos de usuarios, por ejemplo qué generaciones hay y cómo interactúan en las redes sociales. Nuevamente en España recomendamos revisar los estudios que publica [iabSpain](http://iabSpain.com).



Fuente: <https://twitter.com/AdglowSpain/status/1003925360210309120>

Por otro lado habrá que **buscar nuevas audiencias** que puedan estar interesadas en nuestro mensaje.

Dentro de este punto será importante la **creación de comunidad**, para así conseguir una mayor fidelización y una comunicación más fluida y directa.

5. Elige un tono adecuado a tu mensaje y tu canal (el cómo)

Escoger el **tono** con el que hablaremos a nuestra audiencia no puede ser algo dejado en manos de la improvisación, aunque este se vaya adaptando a medida que pasa el tiempo. Según el **sector** en el que trabajamos, el tipo de **público** al que nos dirigimos o incluso, y muy importante, **nuestra personalidad** podremos dirigirnos con un tono formal, informal, emotivo, cercano, cómico, etc.

En cuanto al **canal**, hemos visto una gran cantidad de soluciones en las lecciones previas de este MOOC: redes sociales, soluciones de curación, herramientas para la publicación de contenidos, etc. Nuevamente insistiremos en la idea de contar con un blog que centralice la producción de contenidos, o una página web, acompañado de una estrategia de redes sociales para favorecer la difusión del contenido.

6. Plantea tu estrategia, tus acciones

Una vez tengamos claros todos los puntos anteriores y definida nuestra Marca, será importante por apostar por una estrategia y ponerla en marcha a través de una serie de acciones.

En la siguiente lección os proponemos un Plan de Identidad Digital (PID) que os servirá para crear esta estrategia.

Para el caso concreto de vuestros canales, os recomendamos también que realicéis una tabla para recopilar las acciones concretas de cada canal. Esta es una propuesta de [Vilma Núñez](#):

	Blog	Red Social 1	...
Tono			
Audiencia			
Tipos de contenidos			
Frecuencia			

7. Mide y revisa tu estrategia

Para poder aplicar todo lo que hemos visto hasta ahora será necesario poder estudiar y medir nuestras aportaciones, obrando en consecuencia y adaptando nuestra estrategia todas las veces que sea necesario.

En lecciones previas os hemos ofrecido distintas propuestas de herramientas para el **análisis web**.

Añadimos aquí otra estrategia interesante a la hora de medir, es el **buzztracking** o escucha activa de las conversaciones sobre un tema, nuestra Marca Personal o temas afines (palabras clave). De esta manera podremos saber **qué se está hablando de nosotros** y quien está hablando.

Con esta información, según su índole trabajaremos para **potenciar** las **conversaciones positivas** y mostrarlas, o tratar de **actuar sobre las negativas**, intentando mejorar la opinión hacia nosotros y dar soluciones. Este seguimiento activo también nos permite responder rápidamente, encontrar a brandlovers (personas que aman tu marca y hablan de ti), anticiparnos a posibles crisis, analizar a nuestra competencia o buscar tendencias.

Herramientas como [TweetDeck](#) o [Hootsuite](#) nos podrán ayudar.

También son muy recomendables programarnos **alertas**, en concreto [Alerts](#) de Google, nos genera avisos inmediatos sobre cualquier tema, incluyendo la menciones a tu persona, dentro de la web. De esta manera si alguien nos menciona por ejemplo en un artículo que ha escrito en su blog nos llegará una aviso. Podremos hacer lo mismo para estar al tanto de palabras clave o de nuestra competencia. Otra solución parecida y también muy interesante es [Talkwalker](#).

Y sobre todo, además de estos consejos, la clave será seguir formándonos, hoy en día es fácil quedarse desactualizado, y no podemos vivir de lo que fuimos

Referencias

<https://www.humanlevel.com/articulos/marketing-online-articulos/como-crear-tu-marca-personal.html>

<https://sebastianpendino.com/plan-marketing-personal-y-marca-personal/>

<https://www.puromarketing.com/29/15972/aplicar-estrategia-marketing-marca-personal.html>

<https://vilmanunez.com/5-estrategias-para-potenciar-tu-marca-personal/>

<http://www.elcolombiano.com/blogs/marketingdigital/guia-de-marketing-personal-en-redes-sociales-y-estrategias-de-marca-personal-en-social-media/2026>

<http://aulacm.com/crear-marca-personal/>