



Cómo crear contenido para tu marca personal

pulsión

digital

PRIME

Objetivo del workshop: lograr el punto de encuentro entre el cliente y el emprendedor.



Como emprendedores el contenido que creemos desde nuestra marca personal nos sirve para nutrir la relación con la audiencia.

Barbi Reinhold

Comunicadora digital especializada en marca personal y marketing de contenidos.

- Colaboré en el desarrollo de las marcas personales de referentes de toda América Latina.
- Llevo más de 7 años trabajando en comunicación digital especializándome en contenidos. Trabajé en agencias de marketing y creé el área de contenidos de una compañía internacional.
- Me recibí de periodista y estudié la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires.
- Colaboré con artículos para diversos medios de comunicación de Argentina.
- Hago teatro hace 8 años: fui actriz, dramaturga y directora.
- Todo ese mix de experiencias me sirvió para en 2020 crear mi propio negocio basado en mi propósito: acercar a las personas que quieren trabajar su marca personal las estrategias del mundo de los contenidos para ayudarlas a dar ese primer paso.



pulsión

digital

PRIME

Marca personal: *autoridad*

Posicionar nuestra marca personal nos da un lugar de autoridad, memorable y de aporte de valor a la hora de salir a vender nuestros productos o servicios.

70% de los consumidores no compran a empresas que tienen 4 o más artículos negativos (sobre marcas, productos y servicios) en los resultados de búsqueda de Google. Fuente: Reputation Up.

45% de los adultos que en 2018 han buscado en Google un posible socio comercial, encontraron algo que les llevó a elegir no hacer negocios con ese socio. Fuente: Reputation Up.

57% de la travesía de I@s comprador@s sucede antes de que el representante de ventas esté involucrado. Fuente: Forrester Research.



¿A quién va a elegir?

Nuestr@ personaje quiere empezar a comer más sano. Un amig@ le pasa dos nombres de nutricionistas y le dice que a l@s dos l@s recomienda por igual. Teniendo en cuenta las alternativas, ¿cuál va a elegir?

- a)** La primera opción no tiene perfil de Instagram y cuando lo googlea no aparece nada. Solamente tiene su número de teléfono.
- b)** La segunda opción tiene varias recomendaciones en Google, un canal de Youtube con contenido free y una cuenta de Instagram en donde también comparte recetas, muestra sus workshops y testimonios.



pulsión

digital

PRIME

¿Qué quieres que diga Google de ti?

En la era de la comunicación digital todas las personas nos convertimos en comunicadores. Con un medio de comunicación en la palma de nuestras manos, podemos compartir con el resto del mundo lo que sabemos, sentimos y experimentamos. De una u otra manera, todas las personas somos creadoras de contenido.



Marca personal: contenido de valor

Cultivar la relación

Como en cualquier relación, es necesario nutrir la relación que tenemos con nuestra audiencia para que cada vez crezca más.

El contenido como puente

Compartir contenido de valor con nuestra audiencia, es decir que solucione algún problema que tengan y les cambie la vida (de alguna manera), es clave para crear una relación cercana.

Un sistema de pasos

Tod@s somos comunicadores, pero no tod@s sabemos cómo crear contenido. Por eso, es clave contar con un sistema de pasos a seguir que nos permita superar los obstáculos más comunes: no saber qué decir ni cómo decirlo.

Las 3 etapas de la creación de contenidos

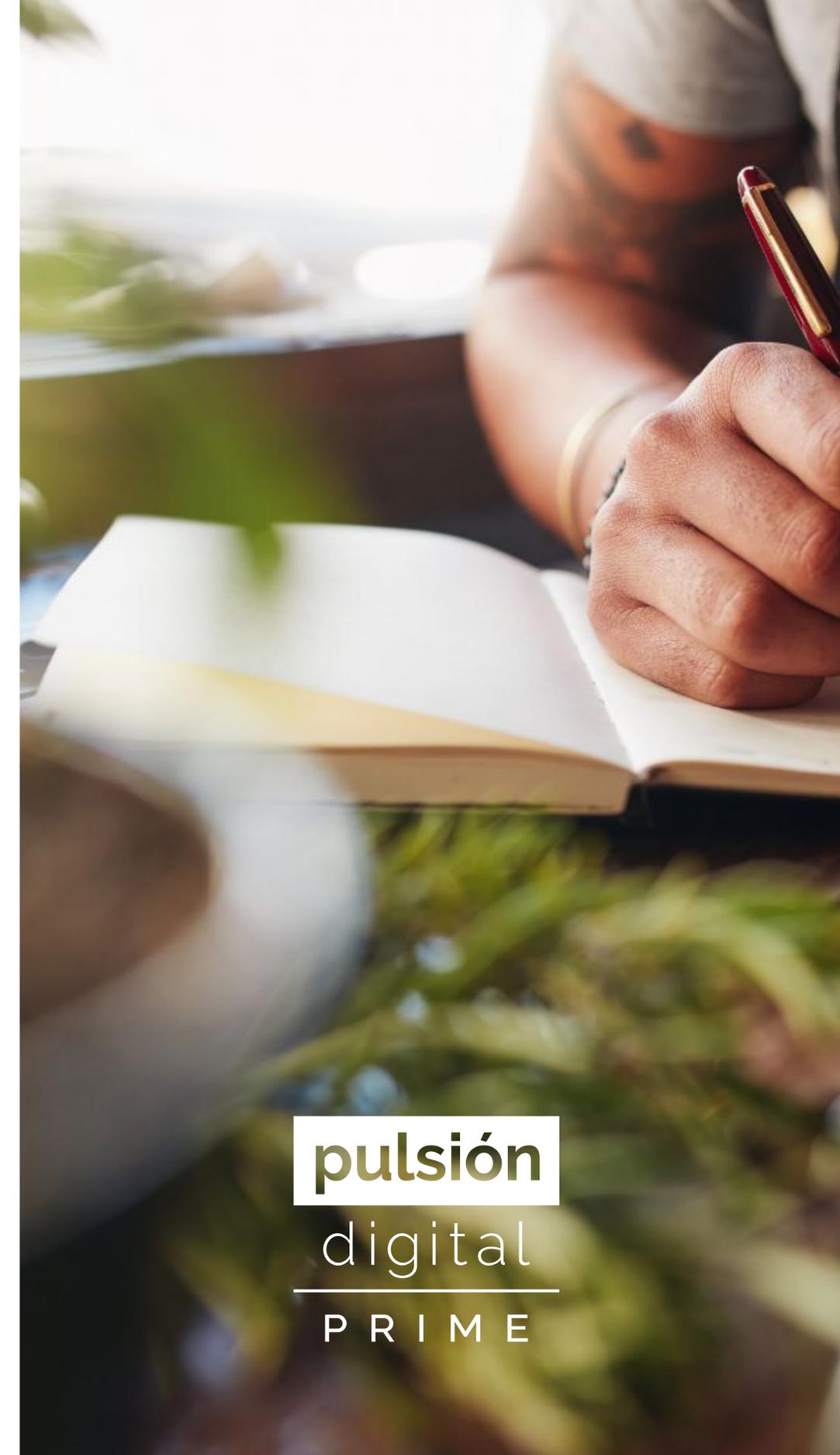


#1 Creación

a) **Escribe una frase usando algunas de las siguientes fórmulas:**

- Ayudo a las personas a...
- Soy especialista en...
- Comparto contenido acerca de...

Ejemplo: "Te ayudo a organizar las finanzas de tu emprendimiento de manera simple".



#1 Creación

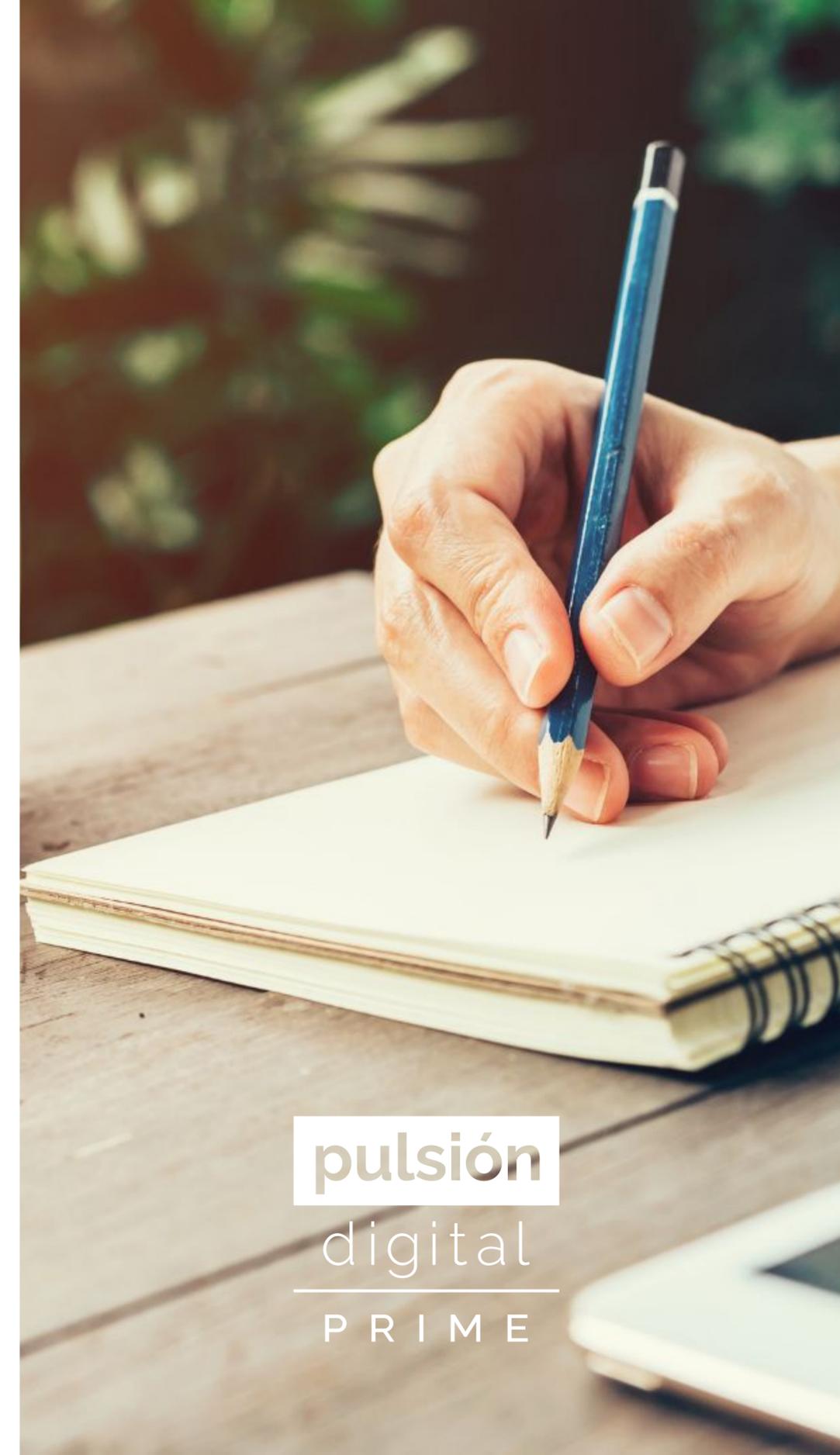
b) **Palabras clave**

- Detecta las palabras clave de la frase, esas que te pueden dar pistas temática.

Ejemplo: finanzas, emprendimiento.

- Arma dos o tres conjuntos de palabra clave. Puedes usar la app tagsfinder.com y ver cuáles son los hashtags relacionados con determinada palabra clave.

Ejemplo: finanzas, contabilidad, números, planificación financiera, dinero, negocios.



#2 Producción

a) Define qué contenido vas a publicar:

Elige alguna de tus palabras clave para utilizar en las siguientes aplicaciones:

- **Mastitulares.com:** app que en base a una palabra clave te sugiere ideas de contenidos.
- **Answerthepublic.com:** es en inglés pero si lo traducís te sirve igual; armá un mapa conceptual sobre lo que se está preguntando la audiencia a partir de una palabra clave.
- **Google:** buscá qué es lo que se busca sobre tu tema. Usá el asterisco * para que el buscador complete con lo más buscado. Ejemplo: cómo * marca personal.

pulsión

digital

PRIME

#2 Producción

Y, además de utilizar esas herramientas, ¡aplica siempre la observación activa!

- Charlas con amig@s, colegas y familiares.
- Libros, películas y otro tipo de contenido curado.
- En la calle o haciendo compras.
- Humor social.
- Eventos a los que asistes.

#2 Producción

Checklist para crear contenido escrito:

1. Definir un solo objetivo por contenido.
2. Escribilo dejándote llevar por todo lo que te surja.
3. Revisarlo: ¿hay alguna oración que no esté trabajando para la intención de contenido?
4. Dejarlo en remojo unas horas.
5. Volver a revisarlo: ¿qué puedo recortar de lo que escribí? ¿Cómo puedo hacer más simples las oraciones?
6. Pedirle a alguien que lo lea y te de feedback de lo que entendió. ¿Se cumplió la intención de contenido?

#2 Producción

Claves para crear contenido atractivo:

Inicios

Un buen inicio es la clave para que te vean. Si logras llamar la atención en el inicio y que te lean ya tienes un 50% ganado.

Storytelling

El storytelling es el arte de contar historias. ¿De qué manera tu cliente se convertirá en héroe a través de la adquisición de tu producto o servicio?

Resuelve problemas

Identifica el problema que tiene tu audiencia y preséntate como una solución. Muéstrales que conoces exactamente lo que necesitan.

#2 Producción

Claves para crear contenido atractivo:



Cifras

Las cifras generan impacto en la audiencia y suelen ser muy efectivas a la hora de justificar la importancia del mensaje que estamos transmitiendo y llamar la atención del público.



Escenarios mentales

Dibuja escenarios mentales para anclar en ejemplos concretos el mensaje que quieres transmitir.

#2 Producción

b) **Escribe un contenido utilizando alguna de estas fórmulas:**

- **Pregunta - respuesta:** transforma tu idea en una pregunta, escríbela y luego respóndela.
- **Frase:** elige una frase que te inspire y luego explicá por qué te inspira (en relación a tu palabra clave).

pulsión

digital

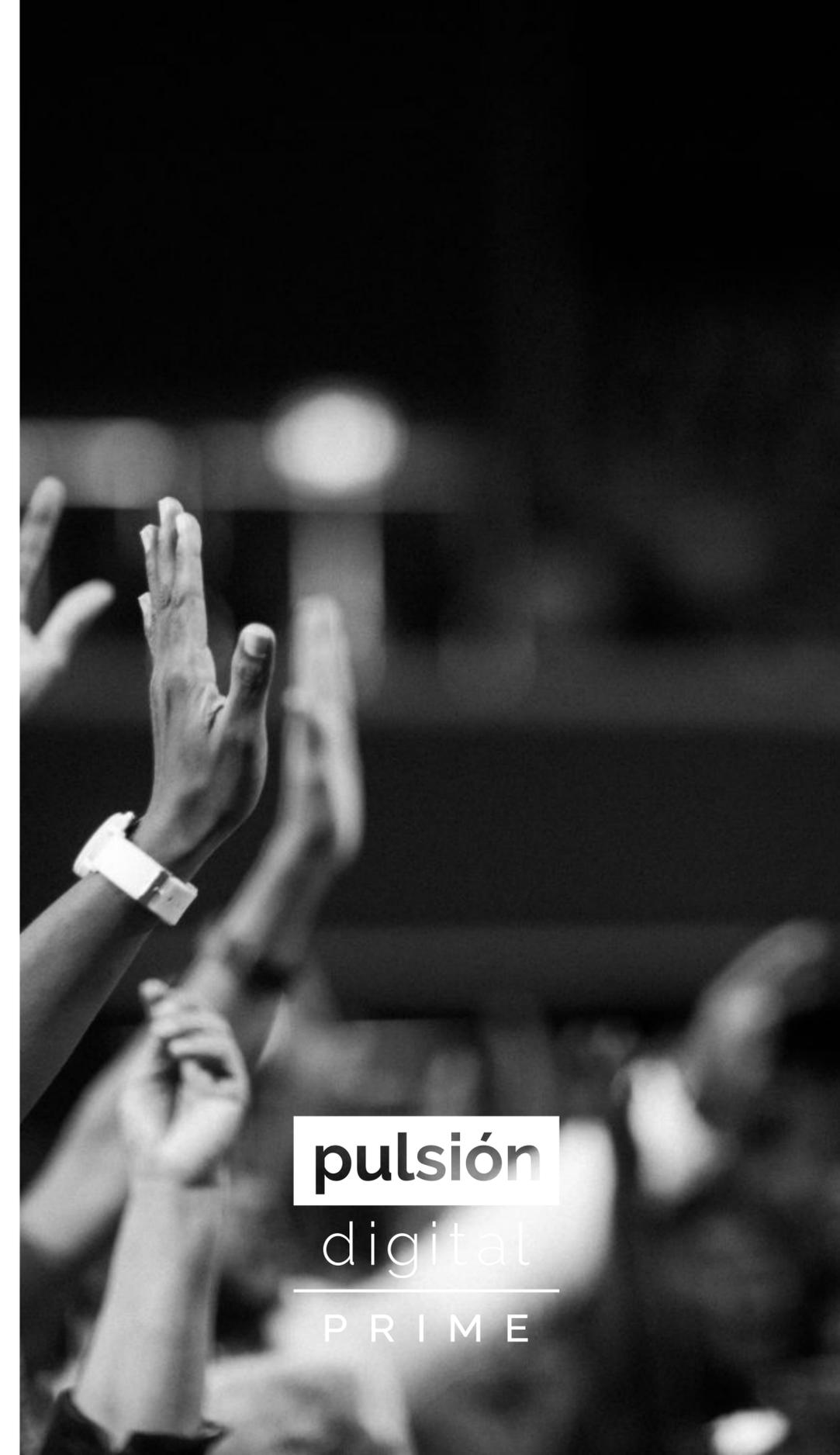
PRIME

#3 Distribución

Estamos inmersos en un mercado del tiempo. Lo que buscamos es la atención de nuestras audiencias.

¿Cómo logramos acercar nuestro contenido a la audiencia?

- Pedirle a nuestros amig@s, familiares y colegas que nos den like, click o que lo vean.
- Compartir con prospectos y clientes.
- Compartir en otros canales.
- Uso de hashtags para llegar a las personas que siguen el mismo tema.
- Colaboración con otras cuentas.
- Pauta publicitaria.



pulsión

digital

PRIME



¿Qué contenido va a elegir?

Nuestr@ personaje ya está siguiendo varias cuentas sobre nutrición.

Estos son dos contenidos entre los que tiene que decidir cuál leer.

¿Cuál elige?

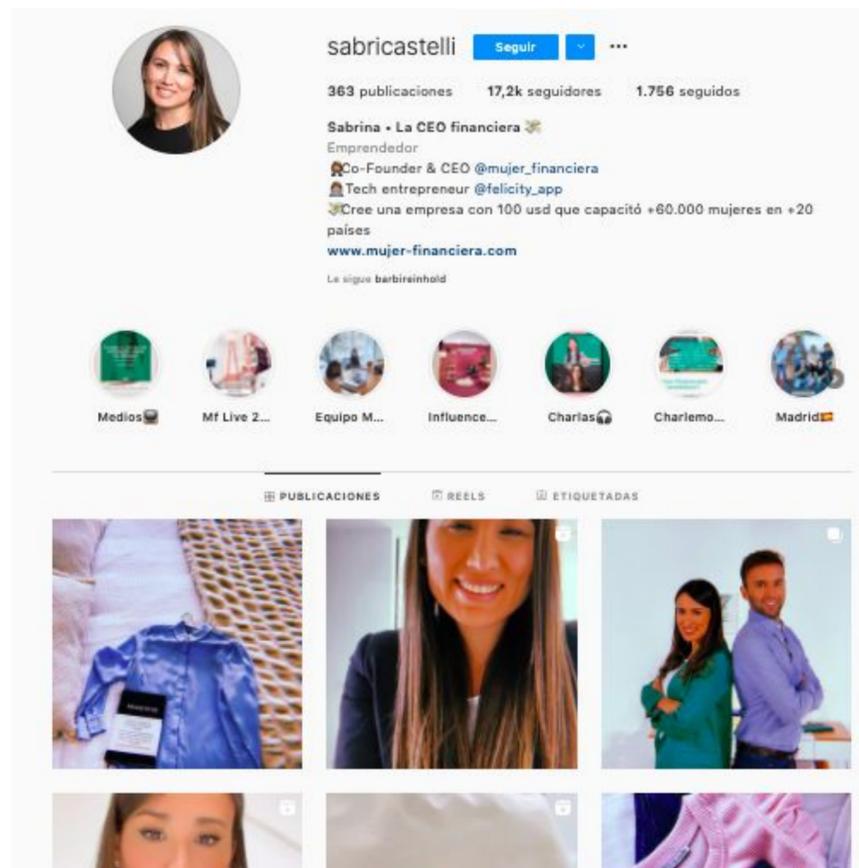
- a) ¡Lo que comes es BASURA! ❌ TIENES que reducir el consumo de ultraprocesados porque estás DAÑANDO tu organismo. CUMPLE con estos 3 mandatos y tu vida será mucho más sana.
- b) Durante años busqué alternativas para comer más sano y siempre me terminaba chocando contra la pared 😞. Hasta que un día me pasó algo que cambió para siempre mi mirada de la alimentación... Y hoy quiero contarte esa historia.



Marca personal: **humanización**

Incorporar nuestra marca personal en nuestros emprendimientos nos permite construir un diálogo más cercano con nuestras audiencias. ¡Y eso tiene que reflejarse en cada instancia de comunicación!

Sabrina Castelli



sabricastelli [Seguir](#) [...](#)

363 publicaciones 17,2k seguidores 1.756 seguidos

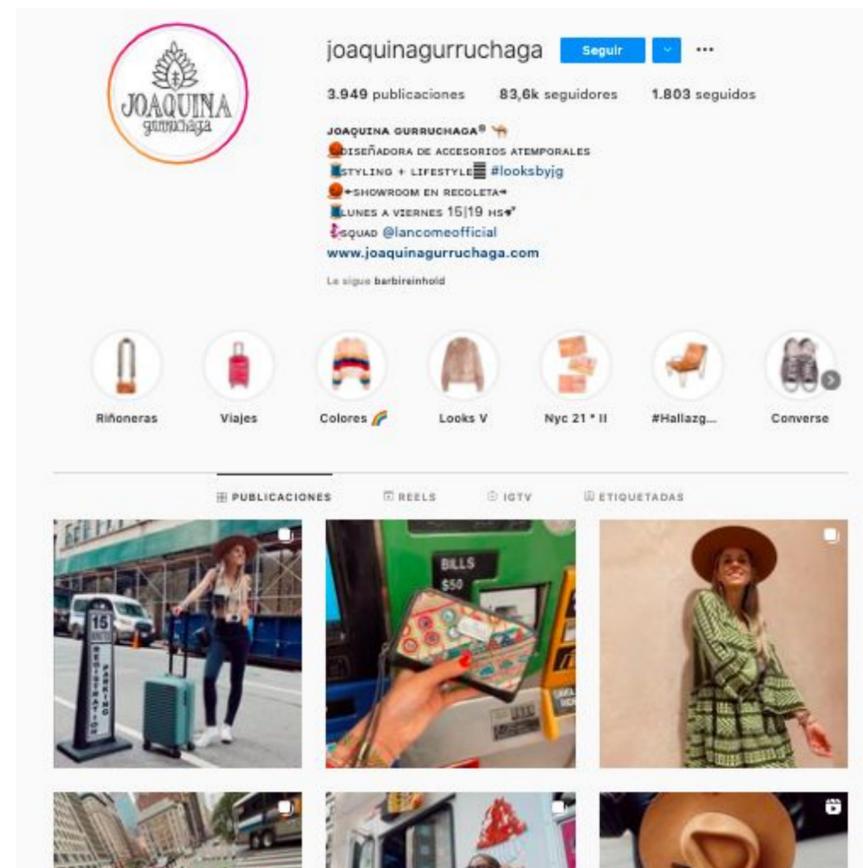
Sabrina • La CEO financiera 🇺🇸
Emprendedor
Co-Founder & CEO @mujer_financiera
Tech entrepreneur @felicity_app
Cree una empresa con 100 usd que capacitó +60.000 mujeres en +20 países
www.mujer-financiera.com
Le sigue barbireinhold

Medios Mf Live 2... Equipo M... Influence... Charlas Charlemo... Madrid

PUBLICACIONES REELS ETIQUETADAS

Grid of 6 posts: 1. Blue jacket, 2. Sabrina smiling, 3. Sabrina and a man, 4. Close-up of Sabrina, 5. White garment, 6. Pink garment.

Joaquina Gurruchaga



joaquinagurruchaga [Seguir](#) [...](#)

3.949 publicaciones 83,6k seguidores 1.803 seguidos

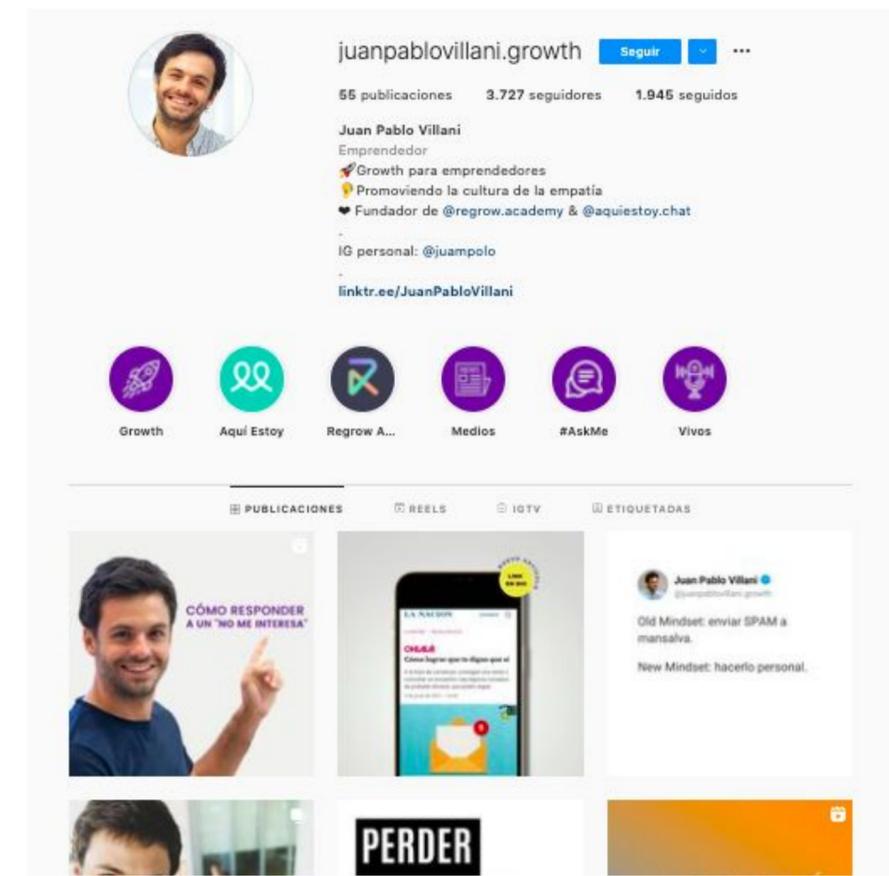
JOAQUINA GURRUCHAGA®
DISEÑADORA DE ACCESORIOS ATEMPORALES
STYLING + LIFESTYLE #looksbyjg
SHOWROOM EN RECOLETA*
LUNES A VIERNES 15|19 HS*
SQUAD @lancomeofficial
www.joaquinagurruchaga.com
Le sigue barbireinhold

Rifoneras Viajes Colores Looks V NYC 21 * II #Hallazq... Converse

PUBLICACIONES REELS IGTV ETIQUETADAS

Grid of 6 posts: 1. Woman with suitcase, 2. Hand holding wallet, 3. Woman in green dress, 4. Street scene, 5. Store interior, 6. Hat.

Juan Pablo Villani



juanpablovillani.growth [Seguir](#) [...](#)

55 publicaciones 3.727 seguidores 1.945 seguidos

Juan Pablo Villani
Emprendedor
Growth para emprendedores
Promoviendo la cultura de la empatía
Fundador de @regrow.academy & @aquiestoy.chat
IG personal: @juampolo
linktr.ee/JuanPabloVillani

Growth Aquí Estoy Regrow A... Medios #AskMe Vivos

PUBLICACIONES REELS IGTV ETIQUETADAS

Grid of 6 posts: 1. Juan Pablo Villani pointing, 2. Smartphone with text, 3. Text: Old Mindset: enviar SPAM a mansalva. New Mindset: hacerlo personal., 4. Juan Pablo Villani, 5. Text: PERDER, 6. Orange background.

Pirámide de contenidos





¿A quién le va a comprar?

Nuestr@ personaje ahora está decidid@ a hacer un curso online pago para aprender a comer mejor. Se decide a consultarle a un emprendedor nutricionista que viene siguiendo y le habla por WhatsApp. ¿Qué bienvenida va a hacer que nuestro personaje se sienta más cercano?

- a) ¡Hola! ¿Cómo estás? Aquí te habla (fulanit@) 🙌. Qué bueno recibir tu consulta 😊. Te paso toda la propuesta del curso. Me encantaría saber qué te parece :)
- b) Hola. Te adjunto la propuesta. Si tienes alguna consulta avísame. Saludos.



The background is a dark charcoal grey. It features several bright yellow decorative elements: a large, rounded shape on the left side, a smaller rounded shape on the right side, and various smaller circles and plus signs scattered throughout. Dashed white lines outline some of the yellow shapes.

¡GRACIAS!

pulsión

digital

P R I M E