
LA FUNDAMENTACIÓN:



SOCIAL MEDIA

A la hora de construir, desarrollar o el intentar posicionar una **Marca Personal**, las redes sociales juegan un papel preponderante. Por tal motivo te invito a tomarte el tiempo de analizar primero, **la razón de ser de construir tu Marca Personal**. Acto seguido, define el **objetivo** que quieres alcanzar en tu vida y finalmente desarrolla una **estrategia** para poder alcanzar dicho objetivo.

LA RAZÓN DE SER:

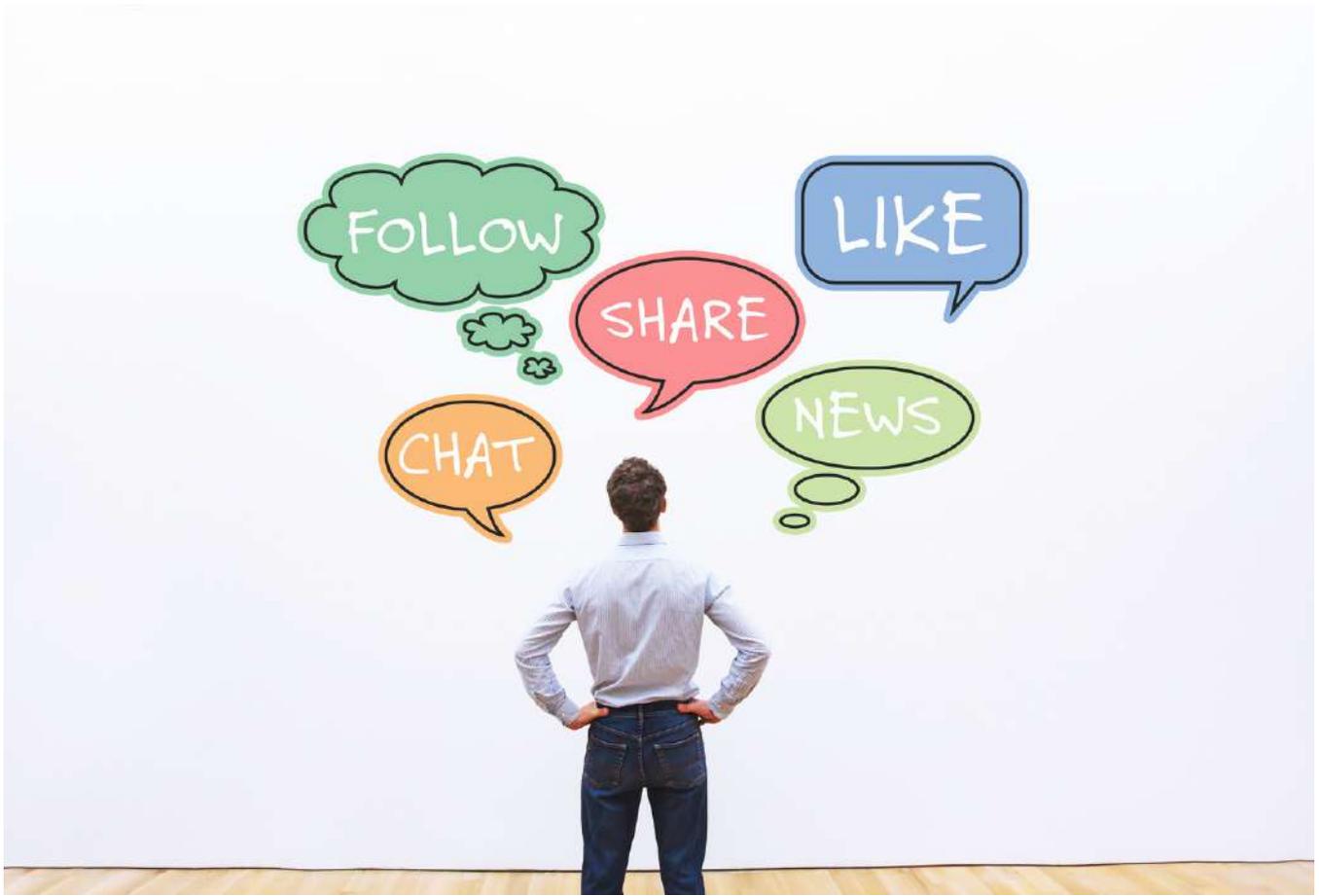
Tienes que entender que, las redes sociales son como el matrimonio... ósea, es muy fácil iniciar el camino, pero lo difícil es mantenerse en el día a día. Con acciones estratégicas, con evaluación de dichas acciones y con una escucha generosa del mercado que te rodea, tanto de clientes como de tu competencia.

Entonces debes saber que, si vas para todos los lados, nunca vas a llegar a destino. Nunca se entenderá el mensaje que quieres transmitir y por será imposible la conexión con tu **Buyer Persona**. Por lo tanto no hay que ser un genio para entender que, las cosas van a ser complicadas y las posibilidades de llegar a destino serán mínimas.

¿POR DÓNDE EMPEZAR?

Para dar inicio a este proceso de estructurar una buena estrategia de redes sociales para tu marca personal, debes tener en cuenta básicamente dos aspectos. El primero de ellos es, hacer un análisis de las acciones que hayas desarrollado, y por ende no podría faltar el muy conocido, pero poco valorado **FODA**. Segundo, debes hacerte la promesa que nunca harás cualquiera de las 9 acciones que te voy a mostrar a continuación, si realmente valoras tu **Marca Personal**.



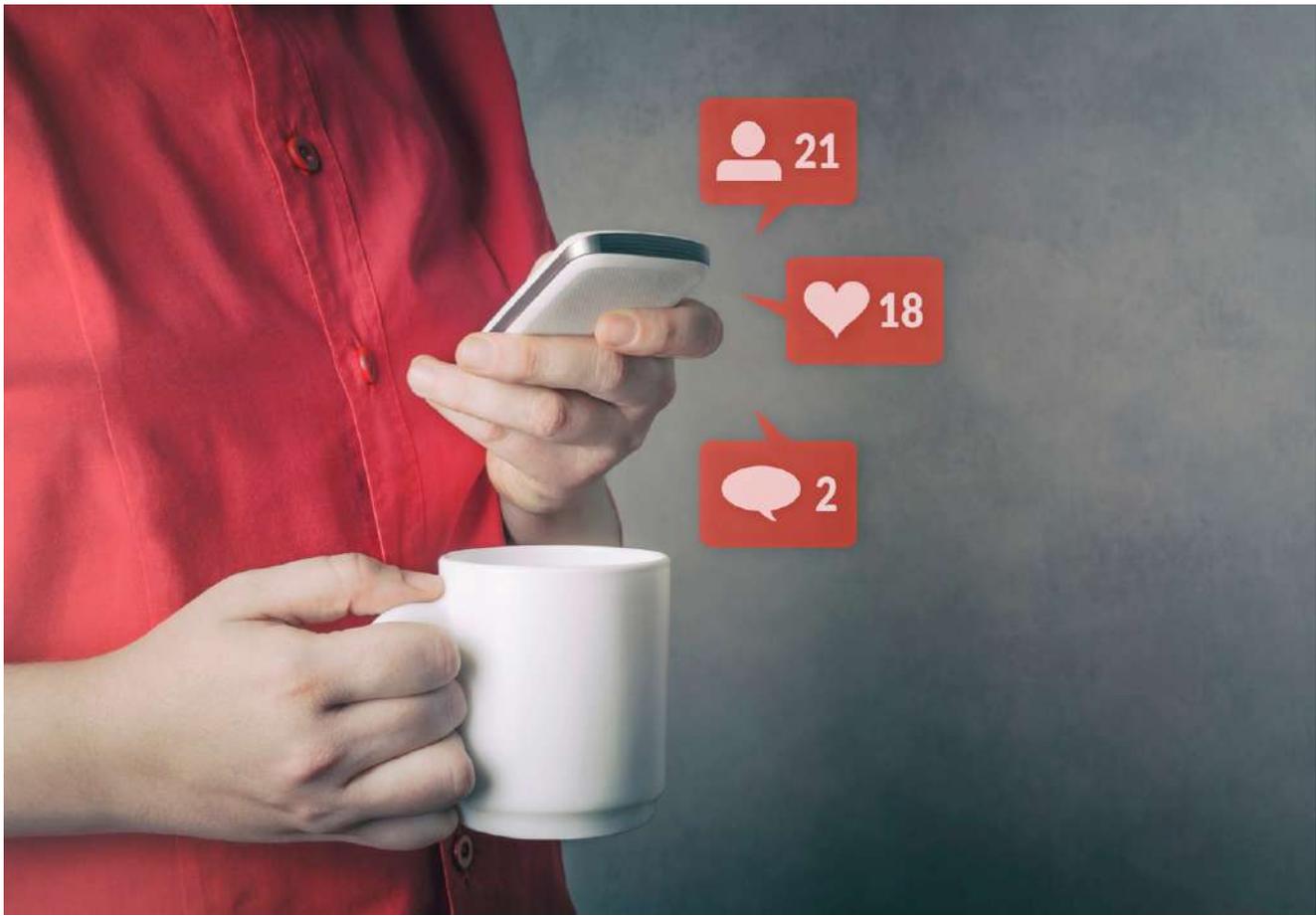


1ER. ERROR - NO HAGAS LA APERTURA DE NINGUNA RED SOCIAL SIN ANTES HABER DEFINIDO EL MENSAJE A COMUNICAR Y EL TONO QUE VAS A USAR:

Para nadie es un secreto que, hoy más que nunca, el contenido es el rey. Por tal motivo, debes darle el manejo correcto, en el instante adecuado y en la red social precisa. Para que esto te permita alcanzar la mayor conexión, y que esto sea uno de los **diferenciales con tu competencia**.

Este es el error más común que cometen las empresas y, por ende, cómo por efecto dominó las personas. Lo importante de haber desarrollado la estrategia como te decía al principio, es que, te hará hecho entender tu **Buyer Persona**, de ahí en adelante. Generar contenidos y productos de su interés y por ende generar ventas e identificación con tu **Marca Personal**.

Por lo tanto, le llevaras el mensaje que le transmitir de manera personalizada y en la forma que se lo quieres transmitir. Cómo paso siguiente, construirás las **tácticas** que requieres, que terminan definiendo el paso final, es decir la acciones. Que no son otra cosa que los actos del día a día.



2DO. ERROR - DEJAR DE ACTUALIZARLAS:

Sencillamente es mejor no abrirlas o de haberlo hecho, es mejor cerrarlas, sino vamos a estar dando el seguimiento y la importancia que las mismas requieren.

Por eso debes hacer una búsqueda constante de los mejores horarios, test A/B, para saber cómo el mismo mensaje, funciona mejor con algún formato o texto. En este sentido vendría bien que todo lo que generes aparte de ir ligado a la guía de estilo, y de tu **manual de identidad corporativa**.

Para evitar que en algún momento esto te llegue a afectar por falta de tiempo o ideas, está bien que tengas diseñado un plan de contenidos mes a mes. Dicho trabajo debe indicar los temas, **Buyer Persona** que impactará, la red social asignada y conocer a que aspecto del funnel estará impactando (**TOFU, MOFU, BOFU**).

Yo aconsejo en la media de los casos, una publicación diaria en Facebook; cinco en Twitter; una máximo en Instagram. No descuides las **historias** de Facebook e Instagram, ni los **Reels** de esta última red social. que son un canal espectacular y de mayor visualización en estos momentos. Así mismo una en **YouTube** semanalmente, y una diaria y muy corporativa, si estás en **Linkedin**; por mencionar sólo algunas.



3ER. ERROR - REDES SOCIALES QUE NO SE RESPONDEN:

Este numeral se lo puedo resumir sencillamente en la afirmación que acá recaen las **relaciones públicas comerciales on line**. Por tal motivo responde todos y cada uno de los mensajes que te lleguen. Podrías tener un filtro para aquellos que cumplan con los protocolos de la decencia y la crítica respetuosa.

Con aquellos mensajes que sean obscenos, vulgares, amenazantes, etc. Haz una cuidadosa valoración del riesgo y con base en el mismo, toma la decisión básica de simplemente bloquear al remitente, o de dar aviso a las **autoridades competentes**.

Algo fundamental y estratégico que te puedo sugerir en este campo es que, **no juegues al mensaje copiado y repetitivo**, a las respuestas automáticas o a la supuesta inteligencia artificial. Todo lo anterior fundamentado sobre la excusa de la optimización de los tiempos. Eso es tan poco inteligente, que los estragos los vas a sentir en el corto y máximo en el mediano plazo. Lo más acertado y coherente será que te coloques en los zapatos de tus clientes y los trates cómo te gustaría que te trataran a ti.

Piensa que los comentarios positivos te afianzan, pero los negativos te hacen ver **humano**, interesado por tu cliente, por el cambio y el mejoramiento constante.



4TO. ERROR - OPINIONES EN POLÍTICA, DEPORTES Y RELIGIÓN:

A menos que tu actividad profesional se base en alguno de los ítems antes mencionados, evite dar opiniones o generar debates en dichos temas. ya que los mismos son muy densos y causan fácilmente **diferencias irreconciliables**. Es arriesgar mucho para obtener muy poco.

En este ítem tengo que aconsejarte que aprendí de este error después de haberme equivocado muchas veces, y lo peor de todo, de **haber pagado sus conciencias**.

5TO. ERROR - FOTOGRAFÍA DE BAJO NIVEL:

Me refiero a **"bajo nivel"**, a las fotografías en lugares no convenientes. En situaciones incorrectas ya sea por ebriedad, consumo de alucinógenos, momentos íntimos, violentos, ligeras de ropa, entre muchas situaciones que podría mencionar.

Otras que aportan a este grupo son las fotos con poses "sexys", sobre la cama o las selfis frente al espejo, y más aún si la persona está dentro de un baño. No es un tema de moralismos, **simplemente es una decisión de buen gusto**.



6TO. ERROR - EL MISMO CONTENIDO EN TODAS LAS REDES SOCIALES:

Cada vez más los Community manager o el público en general, cuentan con la posibilidad de aplicaciones que les brindan la interconexión entre sus redes sociales. De igual forma las mismas redes sociales como Instagram o Facebook, permiten que lo que se publica en alguna de ellas, se pueda postear al mismo tiempo en otras redes sociales. Esto ha permitido que, más que una ventaja, se vuelva en una amenaza, ya que los usuarios de cada red social cambian y lo que ellos buscan son contenidos diferentes, y no la repetitividad.

Cada vez más los Community Manager o el público en general, cuentan con la posibilidad de aplicaciones que les brindan la interconexión entre sus redes sociales.

De igual forma las mismas redes sociales como Instagram o Facebook, permiten que lo que se publica en alguna de ellas, se pueda postear en simultaneo. Esto ha ocasionado que, más que una ventaja, se vuelva en una amenaza. Ya que los usuarios de cada red social cambian y lo que ellos buscan son contenidos diferentes y no la repetitividad.



Cometer este grave error es fácil de asemejar a una tienda de ropa para mujeres que tiene 5 sucursales, y las 5 tiendas tienen las mismas prendas. El mismo visual marketing, la misma atención básica, y en pocas palabras, todo es una copia exacta. Lo primero que sucederá es que, dejes de visitar 4 de las 5 tiendas, porque sabes que todo es igual. En algún momento, hasta esa tienda que antes visitabas, dejaras de hacerlo porque la sentirás plana y repetitiva. Lo mismo pasa con tus **contenidos duplicados** en redes sociales.

Así que aprovecha la oportunidad que te da cada red social y mejor brinda un valor agregado con el contenido a la medida que requiere tu **Buyer Persona**, en cada una de ellas





7MO. ERROR - LA ROPA SUCIA SE LAVA EN CASA:

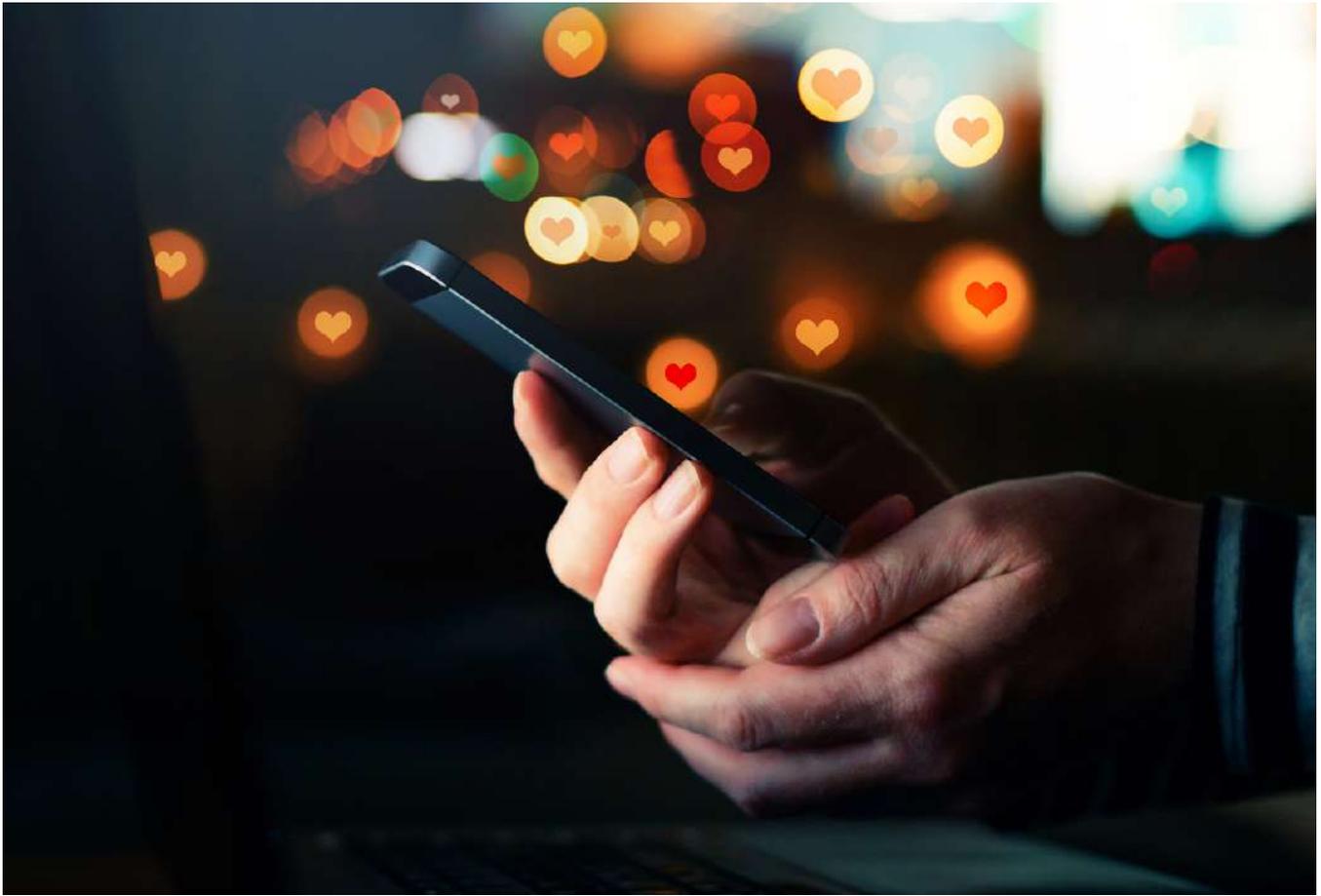
Los problemas de pareja, familia, trabajo o amigos, se manejan en la intimidad de nuestra vida y no hay necesidad de ventilarlos a la luz pública. Por eso acá te resumo este ítem con un consejo simple pero muy sabio al mismo tiempo: **“No se lo cuentes a sus redes sociales... mejor cuéntaselo a tu psicólogo”**.

Si algo no te gusta de tu vida o tu pareja, tan solo alejate y ya. De igual forma si tienes algo que decirle a alguna persona, búscala y mirándole a los ojos dile lo que sientas. Deja de estar colocando frases abiertas que no le aportan nada a tu vida y menos a tu **Marca Personal**.

8VO. ERROR - RESPUESTAS AUTOMÁTICAS:

Utilizar aplicaciones para dar respuesta automática a las personas que le siguen en redes sociales es otro error común. Debido a que se hace genérico, masivo y poco personalizado. Sí en realidad le quieres agradecer a alguien por seguirte, por haberle dado un RT o un FAV, hazlo en su **momento exacto y uno por ocasión**.

Recuerda que los robots están hechos para los trabajos repetitivos y genéricos. Para las emociones, generar empatía, conexión y sentimientos, **es que estamos diseñados los seres humanos**. Así que no te conviertas por este error, en una máquina de carne y hueso.



9NO. ERROR - ETIQUETAR A PERSONAS EN IMÁGENES DONDE NO SE ENCUENTRAN:

Definitivamente no hay nada más molesto en redes sociales, que ser etiquetado, empezar a recibir múltiples notificaciones y no encontrarse en la foto que algún usuario subió. Simplemente con el fin de obtener un mayor alcance a la hora de promocionar una campaña, evento, producto, bien o servicio.

Aparte de ser deshonesto, dar motivos para que tu publicación sea denunciada, hará que la gente te bloquee, te deje de seguir o no se interese en tu **Marca Personal**.

Recuerda que una **Marca Personal es única**, tiene autenticidad, clase y coherencia, entonces te invito de manera respetuosa a tener en cuenta los nueve errores antes mencionados. Lo más importante que no los repitas, y mejor aún, que optes por las alternativas que en cada uno de ellos, acabo de darte. **Esto te permitirá una personalización**, una conexión con tu cliente potencial y una identidad verdadera. Como valor agregado te brindará la posibilidad de un **posicionamiento real** en el tiempo.

¿TENÉS ÁREAS DE OPORTUNIDAD?



¡YO TENGO SOLUCIONES!



Es por eso que si querés **convertirte en una Marca Personal** y deseas que tus redes sociales sean esas **aliadas estratégicas** que sumen a tu **sueño**. Que dejen de ser ese dolor de cabeza o esa pérdida de tiempo que podrías aprovechar en **hacer crecer tu proyecto**, pues acá estoy para ayudarte. Solamente tenés que escanear el **código QR** que te llevará a una comunicación más cercana y personalizada conmigo en una **sesión de Mentoring** totalmente de **cortesía**. **¡No esperes más, hoy es el día para empezar!**

OTRAS VÍAS DE CONTACTO:

HECTOR
JIMENEZ



www.hectorjimenez.net

 /hectorjimenez.net

 @MarcaHectorJR

 @marcahectorjr