

# Guía de contenido para redes sociales

Esta guía le ayudará con sugerencias para crear contenido para publicar en las páginas de su empresa.

## Cómo desarrollar una marca para su empresa

Una identidad de marca (lo que dice y cómo lo dice) lo es todo. Es la apariencia y la sensación de sus productos o servicios. Una identidad de marca es como quiere que la gente piense sobre su empresa.

Ya sea que lo sepa o no, su marca ya existe. Su objetivo es controlarla lo mejor que pueda. Para crear una identidad de marca, tenga una idea clara de su:

- Misión: en 50 palabras o menos, ¿cuál es el propósito de su negocio?
- Voz: ¿quiere que la gente piense en usted como una persona seria o divertida?
- Valores fundamentales: ¿qué conclusiones quiere que la gente se lleve después de interactuar con su negocio? ¿Es como una familia, único, independiente, pro-medio ambiente, centrado en la justicia, etc.?
- Competencia: ¿qué están haciendo sus competidores? ¿Qué está funcionando, qué no?

A continuación, conozca a su audiencia: ¿quiénes son en este momento y quiénes quiere que sean en el futuro? Piense en información demográfica como: edad, género, ubicación geográfica, profesión, ingresos familiares, etc. ¿Cuáles son sus pasatiempos y hábitos?

## Tono

El tono es el estilo y el volumen del discurso. Sin embargo, la mayor parte de su discurso es en forma escrita. Captar la voz correcta en las redes

sociales muestra a sus seguidores/clientes de qué se trata su negocio, a veces más que el contenido en sí.

Si desea llegar a los líderes empresariales, considere usar un tono formal. Si está tratando de dirigirse a los adolescentes, use un lenguaje informal. Incluir tendencias y referencias actuales, como emojis, siempre es imprescindible.

## Cultura

Pensar en la cultura ayuda a garantizar que su marca incluya a una amplia audiencia. Aquí hay formas de incorporar información sobre la cultura a su marca:

- Investigue la cultura local. Evite asumir que la forma en que usted hace las cosas es también la forma en que las hacen sus clientes. Los antecedentes, las tradiciones y los valores de su audiencia real suelen ser diferentes de lo que esperarías.
- Use un lenguaje inclusivo. Evite frases simples como “hola, chicos” o “hola Denver” a menos que sean importantes para su marca y su voz. Puede que no se dé cuenta, pero estas pueden alejar sutilmente a las mujeres o personas de fuera de Denver de su marca.
- Considere cuando es necesario incluir traducciones.
- Agrega diversas representaciones en fotos, en tus publicaciones, en tus reels o en tu sitio web. Si las personas no pueden verse a sí mismas, pueden asumir que no son bienvenidas.
- Busca comentarios. Habla con tus clientes o consumidores, envía encuestas; luego, si tiene sentido, usa las respuestas que obtengas para adaptar tus estrategias comerciales, por ejemplo, inventario, horarios, etc. y tu voz/tono en línea.

## La IA puede ayudar

Si te estresa tener que escribir tanto y no tienes suficiente personal para compartir las tareas, considera usar inteligencia artificial, una cuenta básica en ChatGPT es gratuita. Si te registras, el proceso para crear una publicación es relativamente simple:

1. Recopila toda la información que quieras como parte de tu publicación.
2. En el cuadro de preguntas, puedes colocar algo como "Crea una publicación para LinkedIn que incluya x, y y z".
3. Lee la respuesta. Si te funciona, cópiala y pégala. Si no, intenta hacer la pregunta de una manera un poco diferente, el cambio más pequeño en la pregunta puede generar grandes diferencias
4. Asegúrate de editar el lenguaje. La IA puede ser excelente para generar contenido, pero es terrible para seguir tu marca y tu voz, no conoce a tu audiencia como tú.

Esto te ahorrará tiempo. Modificar una publicación puede ser menos complicado que redactar algo desde cero, pero recuerda ser estratégico. Verifica siempre la precisión, el lenguaje inclusivo y la marca.

Otros consejos: IA puede ayudarte a generar nuevas ideas, por ejemplo puedes decir: "dame cinco ideas para una publicación en X sobre un nuevo producto" o tomar una publicación que hayas usado y convertirla en algo nuevo, puedes decirle: "toma esta publicación de Facebook y conviértela en tres nuevas". Si estás tratando de responder a la inquietud de alguien en Yelp!, cópiala y pregúntale a la IA: "ayúdame a responder este comentario".

## Etiquetado

El etiquetado es una herramienta para crear comunidades virtuales y en persona relacionado a tu negocio. Como un hipervínculo en un sitio web, las etiquetas vinculan tus publicaciones en las redes sociales con otras personas, empresas e ideas.

Agrega la ubicación de tu negocio a todas tus publicaciones, esto permite que más personas sepan dónde estás, de esta forma puedes atraer clientes y promover tu negocio.

Etiqueta a personas y otras empresas, ya sea que estés publicando una historia para promocionar un negocio vecino (consulta la **Guía de promoción cruzada** para obtener más información) o simplemente diciendo "gracias" a un cliente, las etiquetas crean conexiones.

## Hashtags

Los hashtags son divertidos y pueden dar buenos resultados. Por ejemplo, un hashtag popular de un restaurante podría ser un simple #happyhou" al final de la publicación. El texto podría ser: si estás cansado del trabajo, ven a tu restaurante a tomar aperitivos a mitad de precio de 5 a 7. #happyhour.

Como se puede hacer clic en los hashtags, alguien que vea #happyhour en otra publicación también puede encontrarte. Agregar hashtags aumenta tu alcance.

Algunos hashtags pueden estar al inicio de tu publicación. A continuación un ejemplo: si estás entusiasmado con las #OfertasDeVerano, revisa NUESTRA increíble oferta especial. Muchas personas colocan uno o más hashtags al final de una publicación.

Recuerda: algunas personas piensan que los hashtags no son serios, así que úsalos sabiamente, si agregas demasiados al final de una publicación, puede parecer un poco desesperado:

1. Hashtags fáciles de usar:  
#JuevesDeRecuerdos #ConsejoDeMartes  
#ApoyaALasPequeñasEmpresas  
#OfertaDeLaSemana
2. Hashtags específicos de Colfax: #CosasDeColfax  
#EstoEsColfax #CompraEnColfax  
#PequeñasEmpresasDeColfax

## Desarrolla un tono para tus publicaciones

Al igual que las interacciones cara a cara con los clientes, los seguidores de las redes sociales captarán el tono. ¿Qué puedes decir para mejorar la sensación de tu negocio? Si publicas una foto, ¿cuál evoca de manera más efectiva tu misión y tus valores fundamentales?

Evita los mensajes negativos. La construcción puede afectar a tu negocio, pero es importante mantener un tono positivo frente a tu base de clientes o puedes alejarlos accidentalmente. Para ello, consulta nuestro documento **Redes sociales durante la construcción**.

### Cómo adaptar tu contenido a cada plataforma

Cada plataforma tiene un estilo único y una audiencia diferente. Evita copiar y pegar lo mismo en todas las plataformas, personaliza tus publicaciones. LinkedIn favorece una imagen profesional, diseñada para facilitar la creación de redes y mostrar las actividades profesionales de tu empresa. Plataformas como Instagram y TikTok dejan espacio para contenido más libre e incluir actualizaciones más personales.

Adaptarse a una plataforma diferente puede incluir “recortar” tus fotos, agregar música o cambiar un título para satisfacer las expectativas de la audiencia de la plataforma. A veces, publicar el mismo mensaje en varias plataformas está bien. La regla general es: dedica un par de minutos a pensar antes de publicar.

### Contenido en varias plataformas

A continuación, se muestran algunos ejemplos de las diferencias al publicar en varias plataformas.

#### Facebook

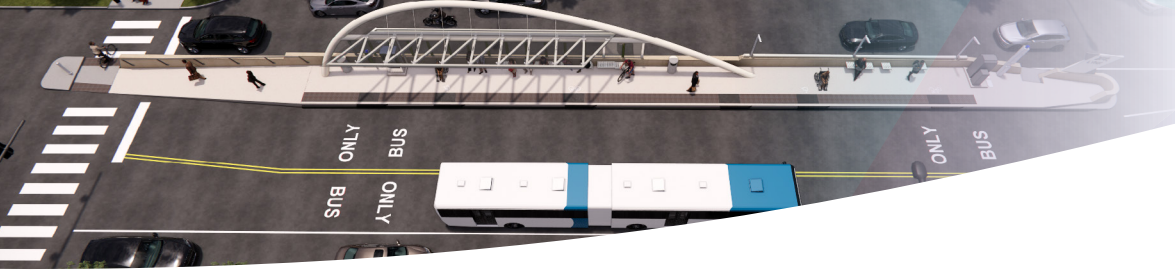
- Las páginas de comerciales o de empresas de Facebook suelen ser más informativas que en Instagram o X. Si bien puedes crear publicaciones divertidas y modernas para Facebook, es posible que obtengas un menor retorno de tu inversión en comparación con plataformas como X o Instagram.
- A veces, valorarás la eficiencia. Consulta la guía [Cómo configurar tu cuenta de empresa para vincular tus cuentas de Instagram y Facebook](#). Puedes configurarla para que lo que publiques en Instagram salga simultáneamente en Facebook.

#### Instagram

- Instagram es la aplicación de redes sociales divertida y de moda, pero hay tres dinámicas que debes tener en cuenta: el feed, el reel y la historia. Úsalos todos para maximizar el alcance y la interacción.
  - Publica solo fotos y gráficos de alta calidad en tu feed, puedes usar menos, pero solo si el título es bueno.
  - Los reels son videos de formato corto que duran entre un par de segundos y un minuto. Los reels viajan por todas partes, no se limitan a tus seguidores y son increíblemente populares. Crear un reel puede ser bastante simple, consulta la sección de **reels de Instagram** para tener una idea del contenido que hacen empresas similares. Puedes colocar la cámara de tu teléfono en modo selfie y di algo a tus clientes (practica primero) o graba un vistazo a todos los artículos que tienes a la venta, ni siquiera tienes que editar.
  - Las historias son fotos o videos con subtítulos que desaparecen después de 24 horas. Son divertidos para compartir con tu audiencia, agrega información que solo sea relevante por un corto tiempo.

#### X (anteriormente Twitter)

- X es una plataforma para hablar de forma más íntima con tu audiencia. Sé transparente acerca de tu negocio y muy breve, ya que solo tiene un límite de 280 caracteres.
- Debido a que la plataforma favorece la brevedad del mensaje, X es un gran lugar para publicar ofertas, actualizaciones comerciales o cualquier otro mensaje de la comunidad.



## LinkedIn

- Comienza a usar LinkedIn para promocionarte a ti y a tu negocio. Gana impulso compartiendo tu historia, aumenta tu alcance como líder empresarial influyente.
- Con LinkedIn puedes:
  - Difundir tu experiencia y potencialmente llegar a nuevos clientes.
  - Fortalecer tu red profesional para buscar consejos sobre tu negocio.
  - Intercambiar historias con personas que han estado en tu lugar. Aprender de las experiencias de los demás.

## Pinterest

- Aunque Instagram suele considerarse la plataforma de redes sociales más visual, considera Pinterest como otro recurso.
- Pinterest tiene el alcance de edad más amplio de las plataformas mencionadas aquí, aunque debes saber que su audiencia está segmentada hacia las mujeres.
- Para el comercio minorista, el arte o los restaurantes, crear un portafolio para tus diferentes productos, diseños o elementos del menú puede captar nuevos negocios. Los portafolios pueden ser un gran lugar para almacenar tus mejores fotos.
- Sé creativo al titular tus tableros, se puede acceder a los portafolios desde la búsqueda de imágenes de Google y otros motores de búsqueda.
- Enlaza tu página de Pinterest o publicaciones para usarlas en tu sitio web, en contenido promocional u otras plataformas de redes sociales.

## Interactuar con tus seguidores

Al igual que en la vida real, generar una relación con las personas que te siguen en las redes sociales es una forma importante de convertir a una persona en un cliente leal, a veces trayendo a otros.

### Formas sencillas de interactuar con tus seguidores:

- Crea contenido que inicie una discusión, esto puede ser tan simple como terminar una publicación con ¿Qué piensas? Comenta a continuación.
- Invita a una futura relación. Termina las publicaciones con “Vuelve la próxima semana para ver los resultados” o “Presentaremos un nuevo perfil de cliente todos los jueves, así que asegúrate de volver a visitarnos”.
- Algunas plataformas como Facebook e Instagram permiten publicaciones temporales llamadas Historias. Publicar historias es una manera fácil de mantener un contacto continuo con tus seguidores y no tiene mucho riesgo, ya que las historias desaparecen después de 24 horas. Busca el ícono + en cualquiera de las aplicaciones para comenzar a crear una historia. Una vez en la cámara, sube una foto o toma una nueva, luego desliza hacia arriba para ver la herramienta Historias. Algunas cosas que puedes hacer:
  - Publica una foto o un vídeo divertido.
  - Crea una encuesta.
  - Haz una pregunta a tus seguidores: ¿cuál es tu bebida favorita del menú?.
  - Etiqueta a personas y lugares.