



ANDY | LOPEZ
arquitecta de marca

IDEAS PARA CREAR CONTENIDOS QUE CONVIERTEN



OBJETIVO DE LOS 3 TIPOS DE CONTENIDO

DESCUBRIMIENTO

El objetivo de esta etapa es que te conozcan por medio de EDUCAR o ENTRETENER:

¿Qué información domino y puede ser útil para mis posibles clientes? ¿De qué manera puedo hablar de mi marca de forma entretenida o divertida?

RECONOCIMIENTO

El objetivo de esta etapa es posicionarte como autoridad y generar empatía:

¿Por qué eres su mejor opción?
¿Qué es lo que hará que las personas conecten contigo y con tu marca?

VENTA

El objetivo de esta etapa es informar QUÉ VENDES:

¿Qué ofrezco? ¿En qué consiste? ¿Qué necesita saber mi cliente para comprar lo que ofrezco?

IDEAS DE POSTS POR TIPO DE CONTENIDO

DESCUBRIMIENTO

• Contenido educativo y

(Información sobre tu área y que pueda ser útil para tu cliente)

- 3 razones para
- 5 tips para...
- La razón por la que...
- Por qué es importante...?
 - ¿Sabías qué...?
 - Beneficios de...
- Explícales la terminología de tu área
- Dales ideas de cómo usar tus productos
- Muéstrales cómo resolver un problema
 - Bríndales recursos descargables
 - Muestras gratis
 - Tutoriales

• Contenido entretenido

(Habla de tu marca de manera indirecta y de forma entretenida o divertida)

- Trends/Tendencias alineadas con tu estilo
 - Bloopers
- Anécdotas de cosas que te pasan en el día a día de tu marca
 - Temas polémicos
 - Formato de chisme
 - Parodias
 - Lipsync
- Dinámicas de reacciones o comentarios
 - Punto y te digo cuál opción eres
- Hablar de tu tema de forma divertida

IDEAS DE POSTS POR TIPO DE CONTENIDO

RECONOCIMIENTO

- **Comparte los logros de tu marca**

(Brinda información sobre por qué eres una autoridad en el tema)

- Capacitaciones que tienes sobre el tema
 - Cómo es la experiencia de compra
 - Resultados de tus clientes
- Anécdotas sobre tu experiencia profesional
- Procesos/detrás de cámaras
 - Comparte testimonios
- Mostrar cómo es tu proceso
 - Logros de tu marca

- **Anécdota de la marca para generar empatía**

(Compartir historias sobre lo que sucede en el día a día de tu marca y la interacción con tus clientes)

- Presenta las caras de tu equipo de trabajo
- Comparte una anécdota sobre el día a día de la marca
 - Comparte una historia personal que se relacione con la marca
 - ¿Quiénes somos? Habla de ti como persona y cómo llegaste a donde estás
 - Aprendizajes y errores
- Anécdota de un problema o reto al que te enfrentaste con tu marca

IDEAS DE POSTS POR TIPO DE CONTENIDO

VENTA

- **Información técnica de tu producto o servicio**

(Brinda la información más relevante sobre lo que vendes)

- Cuándo es, fecha de inicio
 - Dónde lo puedo adquirir
- Cuál es el resultado que obtendrán
 - Cuánto cuesta
 - Qué incluye
- Habla de los servicios/productos a nivel general ¿qué vendes?
 - Habla de un servicio o producto específico
 - Para qué tipo de gente es

- **Información explicativa sobre el producto o servicio**

(Aquí puedes hablar más a fondo sobre la información importante de lo que vendes)

- Beneficios que ofrece tu servicio
 - Resuelve dudas frecuentes
- “Vacunar” objeciones. Ej. 3 razones por las que es más barato contratar a un arquitecto que construir por tu cuenta.
- Habla de los paquetes con los que cuentas (si los tienes)
 - Proceso para contratar el servicio o comprar tu producto
 - Métodos de pago

ANDY | LOPEZ
arquitecta de marca

**Sígueme para más consejos
como este**

   @arquitectademarka