

POSTEAR EN REDES ESTÁ BIEN, PERO... ¿QUÉ MÁS?

Conozco muchos negocios que están en redes y que se dedican a postear a diario sin otro objetivo que ese.

Postear por postear. Porque les han dicho que hay que hacerlo. Sin cuestionarse nada.

Y claro, utilizar las rrss así es como querer meter un triple en la canasta rival desde la tuya propia.

Un acto de fe... pero jodido de cojones.

Por eso dentro de esta formación quiero enseñarte varios puntos que ayudarán a que tu presencia en redes sea realmente útil y valiosa.

A lo largo de la formación, vas a aprender:

- 1. Los 3 errores más habituales que cometen la mayoría de negocios al usar las redes sociales.*
- 2. El paso a paso que tienes que seguir para no dejar tus posts en manos de la suerte.*
- 3. Un plan en detalle que podrás aplicar desde el momento en que acabes de leer esta guía.*

Vamos al lío.

Los 3 errores más habituales entre la mayoría de negocios al usar las redes sociales.

#1 ERROR: Dejar todo en manos de los algoritmos.

Muchos negocios creen que lo que marcará si les va bien o no en redes será lo bien que les trate el algoritmo.

¿Me caes bien? Tu pegas el pelotazo.

¿Escribes algo que no me gusta un pelo? A ti te arruino el alcance.

La realidad es que las rrss pueden ser una completa pesadilla si te pasas el día estudiando algoritmos y tratando de escribir para satisfacerlos.

Yo tengo una filosofía distinta.

Me esfuerzo en entender la psicología humana, no a los algoritmos.

Así mi trabajo no depende de cómo se levante ese día el tío encargado de manejar el algoritmo o las órdenes que haya recibido desde Silicon Valley.

Y puedo llegar a mi objetivo principal al usar las redes sociales: ser rico, y no famoso.

#2 ERROR: Creer que posteando ya has hecho lo más importante

Otro de los errores más frecuentes es pensar que después de soltar tu post diario puedes cerrar el ordenador y no volver hasta el día siguiente.

Postear es una forma de aprovechar las redes sociales, pero hay muchas más.

De hecho, quedarse únicamente en postear es dejarse mucho dinero y repercusión encima de la mesa.

En esta formación te enseñaré qué puedes hacer para añadir a tu estrategia y aprovecharte al 100% de las rrss.

#3 ERROR: Asociar postear en redes sociales a ser “influencer”

Veo muchos negocios que escriben en redes sociales como si fuesen un influencer.

Como si estuvieran esperando que una gran marca les pagase por una campaña o buscasen hacer colaboraciones pagadas.

Posts hablando de cualquier cosa, sin ningún tipo de objetivo y sin pedirle a la gente que los lee que den el paso.

Usar las redes sociales para *crear* su negocio, en vez de usar las redes sociales para *alimentar* su negocio.

Aunque no lo parezca... son cosas radicalmente opuestas. Y puedes ahorrarte muchos dolores de cabeza y frustraciones si enfocas tu estrategia hacia la segunda opción.

Recuerda: tienes un negocio. Quieres vender tus productos, tus servicios o a ti mismo. O las 3 cosas a la vez.

Y no puedes hacer eso de manera cómoda y confiable dentro de redes sociales.

El paso a paso que tienes que seguir para no dejar tus posts en manos de la suerte.

Vamos al lío, que no quiero marearte. Estos son los pasos que sigo en mi día a día en mi estrategia en redes sociales como complemento a escribir posts:

1) Enviar 20 conexiones diarias a gente que cumpla con tus requisitos

LinkedIn es una red social donde puedes hacer que te lea únicamente quien tú elijas.

Teniendo eso en cuenta, tiene sentido crear una red de potenciales clientes que buscan lo que tú tienes para ellos, ¿no?

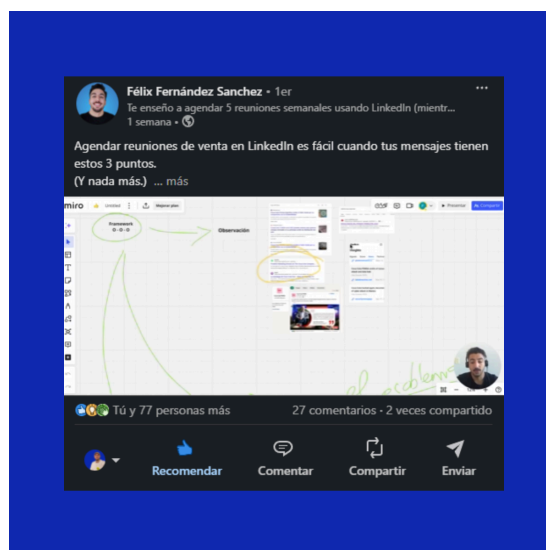
Una muy buena forma de enviar estas 20 conexiones diarias es ir a los posts de grandes cuentas de tu competencia y ver quién está comentando, dando like o compartiendo ese posts, comprobar cuál de todos ellos cumple con tus requisitos y enviarles la propuesta.

Esta misma estrategia sirve a la hora de prospectar, ver qué dudas tiene este tipo de audiencia, encontrar preguntas sin contestar, hacer investigación de mercado, etc.

Imagina por ejemplo que Felix es un gran perfil de LinkedIn y es competencia mía.

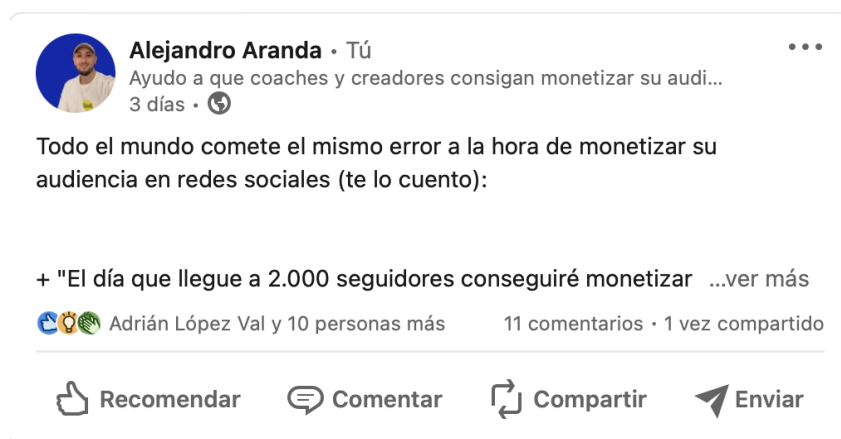
En un post cualquiera (en el que hable de algún problema de su audiencia), puedes encontrarte cientos de personas a las que puedes ayudar con tus servicios.

Entra a los comentarios, mira quien cuadra dentro de tus requisitos y envía petición para conectar.



2) Abre conversaciones con todo el que comente, comparta o interaccione de cualquier manera con tus posts

Cada vez que alguien te deja un like, comenta tu publicación o la comparte, tienes que tomarlo como que esa persona tiene interés por lo que haces o dices.



Si te fijas, este post ha tenido:

- 11 likes.
- 11 comentarios.
- 1 vez compartido.
- 1177 impresiones.
- 30 seguidores nuevos.

Tu trabajo ahora es enviar un mensaje a cada uno de ellos preguntándoles si están interesados en lo que haces.

Ya te lo he dicho antes, cada interacción es una propuesta indirecta de trabajar contigo.

Con este método y según las métricas del posts, tendrías que enviar:

- 11 likes - 11 mensajes directos.
- 11 comentarios - 11 mensajes directos.
- 1 vez compartido - 1 mensaje directo.
- 1177 impresiones - no valorable.
- 30 seguidores nuevos - 30 mensajes directos.

Teniendo en cuenta que cada contacto es de una persona diferente (lo más normal es que no lo sea), tendrías $11 + 11 + 1 + 30 = 53$ personas interesadas en los que haces dispuestas a que les propongamos trabajar juntos.

Como lo más probable es que quien interactúe también comente, digamos que son la mitad.

26 personas interesadas en lo que haces, 26 MDs que tienes que enviar.

Y una vez has llegado hasta aquí, has enviado todos los mensajes y has preguntado a todas estas personas, entonces podrás valorar si el posts ha funcionado o no lo ha hecho.

Así evitas esperar a que los clientes lluevan del cielo y sales directamente a buscarlos por ti mismo.

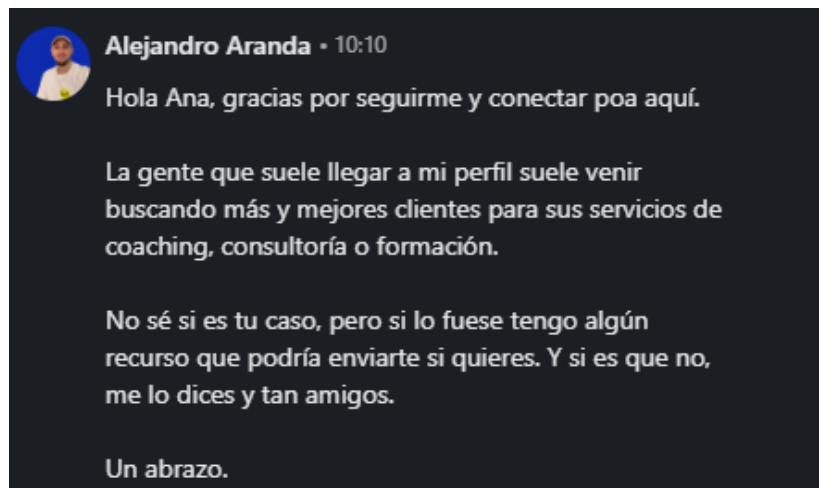
3) Abrir conversación con todo el que te siga o te pida solicitud de conexión

Siguiendo la misma filosofía que antes, si alguien te sigue o te pide ser contacto... hay que tomarlo como que esa persona tiene interés en lo que haces y usarlo como excusa para abrir una nueva conversación.

No cuesta nada hacerlo, y en el peor de los casos lo único que va a pasar es que no contesten al mensaje.

En el mejor de los casos te acabarán contratando, sacarás información sobre tu cliente ideal o entrarás por primera vez en la cabeza de un posible interesado.

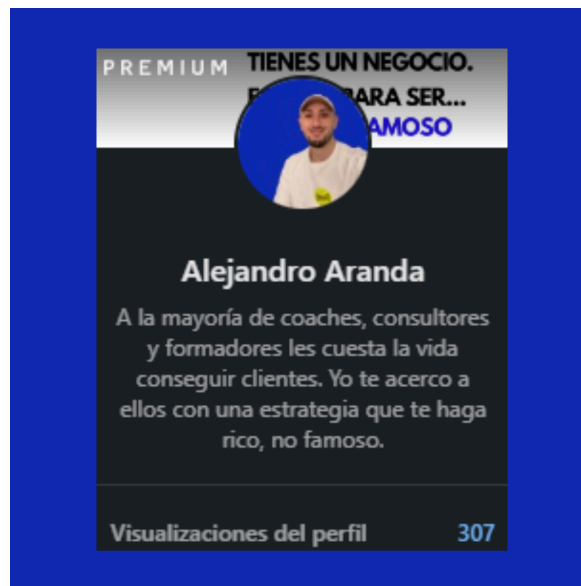
Este es un ejemplo de post que envió cuando alguien me sigue o me invita a conectar:



4) Abrir conversación con todo el que visite tu perfil

Algunas rrss como LinkedIn te permiten ver quién ha visitado tu perfil y en qué contexto lo ha hecho (te ha visto en la feed, te ha buscado manualmente, ha llegado a través del post de otra persona...)

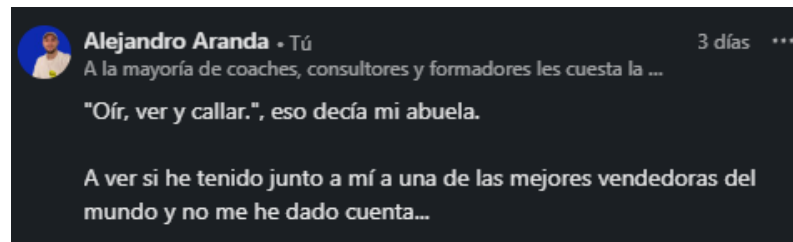
Esta no es más que otra herramienta con la que puedes enviar nuevas conexiones y abrir conversaciones con interesados que cumplan con tus requisitos.



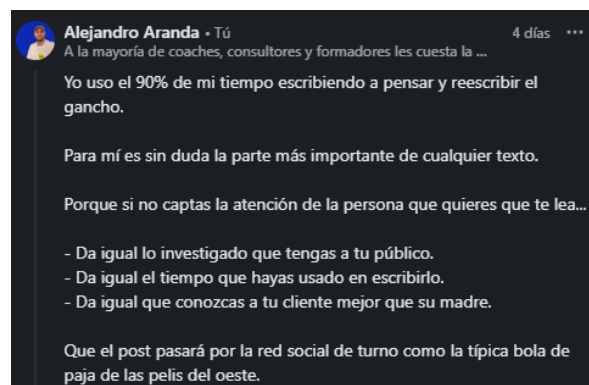
Ahora bien, ¿Qué deberías decir en estos comentarios?

Puedes enfocarlos desde 3 puntos diferentes:

- **Humor:** No tiene nada de misterio. Suelta alguna coña, usa la ironía, haz alguna broma... en definitiva, sácale una sonrisa a la otra persona y empieza a crear relación con ella.



- **Experto:** Aporta una nueva forma de ver las cosas, algo que utilizas a diario y que te funciona especialmente bien, una herramienta que usas mucho, algún tipo de conocimiento...



- **Autoridad:** En este caso tienes que ser sutil, recuerda que estás en el post de otra persona. Pero puedes usar coletillas para dejarles caer que puedes ayudarles.

Por ejemplo: "Una vez hice algo parecido *con un cliente* y funcionó muy bien" o "Yo también le doy mucha importancia a eso que dices, de hecho *dentro de mi comunidad* es una de las primeras cosas que enseño."

Estás aprovechando el posts de la competencia para decirle al mundo (concretamente a su audiencia filtrada y curada de gente que te interesa) que haces algo parecido y puedes ayudarles. Recuerda ser sutil.



Alejandro Aranda • Tú

23 horas ...

A la mayoría de coaches, consultores y formadores les cuesta la vida co...

Mi newsletter no tiene nombre.

Simplemente soy yo enviando una reflexión diaria sobre algo que interesa a la gente que deja su email.

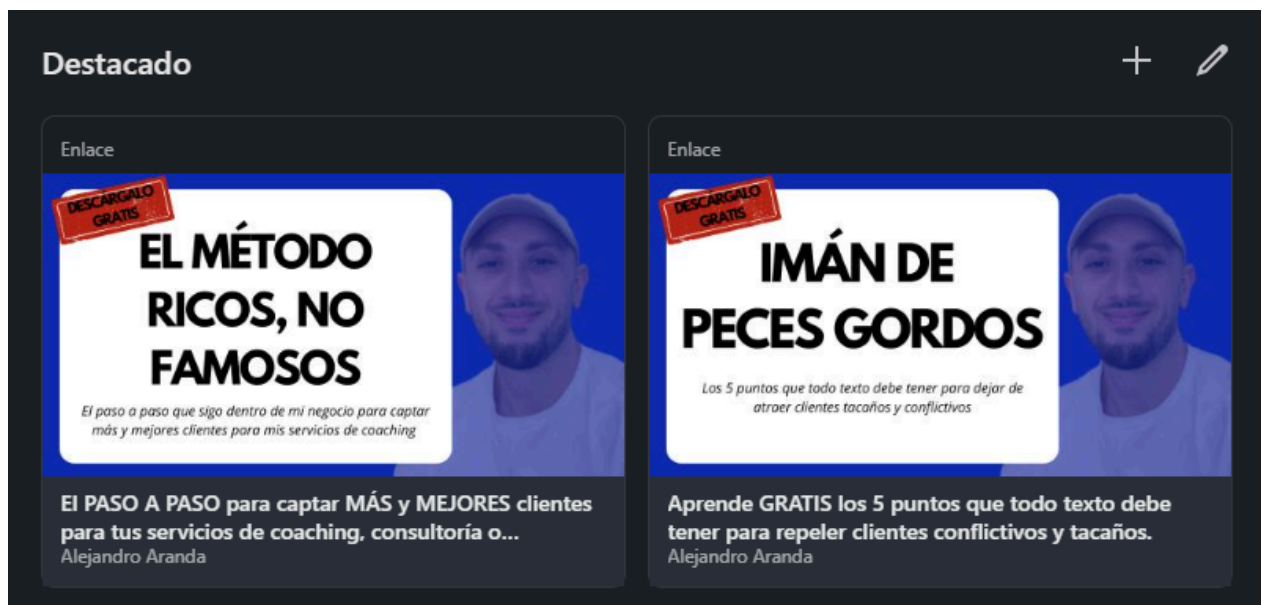
Algo como "El newsletter de Alejandro Aranda" pero sin que ese nombre sea oficial, vaya.

6) Ofrece tu LeadMagnet

Ya lo he dicho mil veces: el propósito de estar en redes no es otro que coger ese tráfico y llevarlo a tu casa: en este caso tu lista de correo.

Si no tienes una, no hace ni falta decir que deberías tenerla. Por eso de que si un día LinkedIn, Instagram o Twitter cierran... no te veas con una mano delante y otra detrás.

En el momento que estoy escribiendo esto, yo tengo 2 que voy rotando en base a lo que escribo en ese día en cuestión.



¿Escribo sobre cómo escribir en redes?



¿Escribo sobre captación de clientes?



Siempre con cada post, un objetivo. En este caso, que descarguen el LeadMagnet que les llevará hasta nuestra lista de correo.

7) Ofrece tus servicios

Exactamente igual que con el LeadMagnet pero con un handraiser.

Un handraiser no es otra cosa que una oferta directa a un perfil de cliente concreto con una serie de problemas concretos y que quiere conseguir un objetivo concreto.



Te recomiendo usar 2-3 cada semana. Si no tienes otra cosa que promocionar (lista de correo, un webinar, etc.) puedes usarlo todos los días si quieres.

El handraiser funciona cojonudo para hacer que la persona que está leyendo dé el paso.

Tip: Si además los usas junto a posts de prueba social como el del ejemplo (he conseguido XYZ, un cliente ha conseguido XYZ...) funcionan incluso mejor.

Tu plan al detalle

Una vez vistos todos los puntos... ¿Cómo puedes estructurarlo para aplicarlo en tu día a día?

Esto es lo que haría:

1. Postea como hasta ahora. Te recomiendo un post al día.
2. Crea una lista con tantos negocios de tu competencia como encuentres. Cuantos más encuentres, mejor. Hazlo como te explico en el punto 5.
3. Date una vuelta cada día por los posts de esos negocios y envía 20 conexiones a personas que cumplan con tus requisitos.
4. Aprovecha que das esa vuelta para apuntar...
 - a. Ideas de posts.
 - b. Investigar cómo la competencia le habla a su audiencia (Investigación de mercado)
 - c. Encontrar personas que manifiesten un problema (Para escribirles por privado y como idea de problemas que puedes tratar en futuros posts)
5. Cumple con la interacción diaria entre esos perfiles de la competencia siguiendo la técnica *Humor-Experto-Autoridad*.
6. Después de unas horas, ve a tu perfil y:
 - a. Escribe a todo el que haya comentado, repostado o interaccionado con tu post y cumpla con tus requisitos.
 - b. Escribe a todo el que te haya seguido o te haya solicitado una conexión y cumpla con tus requisitos.
 - c. Escribe a todo el que haya visitado tu perfil.
7. Aprovecha todas las conversaciones generadas para, después de una charla genuina, enviar tu LeadMagnet o vender tus servicios (handraisers).

Y hasta aquí la formación.

Espero que trabajes cada uno de los apartados que te he contado y que lo pongas en práctica lo antes posible. Es la única forma de conseguir resultados.

Por cierto, esto que acabas de leer forma parte de lo que trabajo con mis clientes dentro de *Ricos, No Famosos*, donde ayudo a coaches, consultores y formadores a conseguir más y mejores clientes para su negocio.

Si crees que podría interesarte, envíame un correo a alejandro@alearanda.com que diga "Ricos, No Famosos" y te envío el formulario.

Un abrazo y espero que apliques lo aprendido.