

Getxo >MEETING<



29 de octubre

**Darle vida al contenido de tu blog o redes es fácil
si sabes escuchar**

El tema en la sesión Getxo MEETING sobre contenidos para redes tenía un objetivo: Detectar qué cuestiones son las que se preguntan las personas que sobrevuelan tu blog o tus redes sociales.

Te contamos reflexiones que emergieron para que escribir en las redes sociales no te resulte tan complicado.

Hay temas que de los que siempre viene bien echar mano:

/Proyectos en los que estás

/Proyectos terminados

/Buenas prácticas con ejemplos reales

/Cosas que te inspiran a ti en lo profesional

/Un ejemplo que ilustre un producto o servicio tuyo

/Preguntas típicas que la gente puede hacerse, las llamadas FAQ

/Inspiración para tu público

/Diferencias entre dos conceptos parecidos que tienen que ver con tu actividad

/Un truco que funciona

/Consejos concretos para cuando tu público va a afrontar algo difícil relacionado con tu sector o actividad

/Información nueva sobre tus productos o servicios

/Cosas que nunca deberías hacer si...

/Fechas señaladas relacionadas con tu sector/actividad

Pero también hay otras cuestiones que puedes tener en cuenta cuando te quedes sin ideas:

/ Lo obvio no siempre es evidente: Cosas tan simples como la ubicación de tu empresa bien valen un post, usarlo como el tema central de una publicación. Puede ser que para ti sea obvio, pero desarrollarlo en un texto podría ayudar a la gente a comprender cómo de accesible es tu local, si se puede llegar en coche, o en transporte público, si es accesible en bici...les ayudará a llegar a ti con la mente.

/ Repetir las cosas no es tan malo, si les das otro enfoque. Un mismo tema que ya has tratado puede revisitarse; reenfocarlo o hablarlo poniendo el acento en un tema específico.

/ Lo que cansa a tu público es que le intentes vender cosas y que hables sólo de ti.

/ La gente necesita aclaraciones, así que escucha y apunta las preguntas que te suelen pasar desapercibidas: Las típicas preguntas que te hace la gente en una conversación. Si esa persona se lo cuestiona, puede que lo piensen más personas. Ejemplo: tu empresa tiene un nombre parecido al de otra, ¿se confunde? Puedes escribir un post y abordar el tema con naturalidad.

/Cosas que ocurren en el día a día. Olvídate de intentar vender-vender-vender porque puede generar rechazo. Una manera de vender que sea más tangencial es contar historias, cosas del día a día, que ayuden a la gente a conocer lo que haces pero desde un lugar menos agresivo y, por tanto, más amable.



/ Pero ojo, si eres de quienes no sueles mostrar lo que haces y siempre abarcas temas muy indirectos, es hora de que tu público conozca mejor quién eres y qué haces, ¿verdad? Busca un equilibrio.