



45 CONTENIDOS QUE ENAMORAN

Ideas de Contenido Altamente Irresistibles.


Fabi Merson

Este recurso te dará **45 ideas** de diferentes tipos de **contenido irresistible** que puedes utilizar en las redes sociales.

Son ideas que **yo personalmente ya he puesto a prueba**, otras son parte de las que recomiendo en mis mentorías más avanzadas y que han dado muy buenos resultados.

ENCONTRARÁS IDEAS QUE TE AYUDARÁN A:

- 
1. EDUCAR
 2. INTERACTUAR
 3. MOTIVAR/INSPIRAR
 4. GENERAR
AUTORIDAD

EDUCAR

El objetivo de este tipo de contenido es de educar a tu público en temas relevantes a tu rubro con el fin de atraer a potenciales clientes hacia tu marca y con el contenido de valor, posicionarte como experto/a en tu área.

#1

Listas

Las listas son una manera muy eficiente de crear contenido. Es uno de los formatos que siempre funciona y tiende a volverse viral fácilmente. Puedes crear una lista de los mejores recursos, de consejos o tips, lista de herramientas, etc.

Ejemplos: Los top 10, 5 tips, 10 mejores... Etc.

#2

Checklist

Crear el contenido en forma de checklist es siempre una buena idea ya que es un contenido fácil de digerir y super accionable. Cuanto más accionable sea el contenido que proveas a tu público, mayor confianza tendrán contigo. Esto lo puedes plantear en un modo carrusel, o plantilla.

Ejemplo: 5 pasos para crear tu web
(modo checklist).

#3

¿Cómo Hago?

El formato cómo hago puede ser combinado con un **checklist o lista**. Este tipo de contenido también tiende a volverse viral por su alto grado de valor. Dale a tu cliente potencial los pasos exactos para realizar una acción y llegar a un objetivo específico. Puede ser entregado en varios formatos como **texto + imagen + video tutorial**.

#2

#4

Estadísticas

Si hay algo que interesa a todo tipo de público son las estadísticas. Este tipo de contenido requiere de un poco de investigación previa para obtener información exacta y relevante pero luego relatar la publicación ya se vuelve fácil. También puedes crear una publicación con estadísticas propias (tus resultados).

#5

Preguntas frecuentes

Una publicación con preguntas que tu público hace a menudo puede ser una buena idea. Lo único que debes hacer es escuchar a tu público y tomar nota de las preguntas más frecuentes y luego realizar una o varias publicaciones respondiendo a cada una de ellas.

#6

Series

Las series funcionan muy bien porque dejan al público queriendo más. Si fuese posible y el tema a tratar da para hacer en serie, sería una buena idea que lo aproveches. Puedes dividir el tema en cuantas partes quieras. **Por lo general se utilizan series de 3.**

#7

Definición

Este es un contenido corto que se encarga de definir alguna terminología y mostrar ejemplos para que el público entienda mejor. Si tu mercado es muy nuevo, esta sería una buena manera de educarlos.

#8

Investigación

Este tipo de publicaciones se encarga meramente de relatar los resultados de alguna investigación relevante a tu mercado. De pronto para dar más valor puedes agregar alguna opinión personal o una explicación de cómo tu público puede aplicar lo aprendido.

#9

Problema / Solución

Este tipo de contenido es muy popular ya que tiene un formato sencillo de seguir por lo que se hace fácil la redacción. Simplemente piensa en problemas o necesidades que tu audiencia tiene, delinea el problema y luego cuenta la solución. Este tipo de publicación también ayuda mucho para posicionarte como autoridad y experto en tu industria ya que estás contando la solución a un problema latente del público.

#10

La mega guía

Las publicaciones estilo guía serían una versión más robusta de los "**¿Cómo hago?**". Estas publicaciones se encargan de delinear bien detalladamente cómo se realiza una acción. Por lo general estas publicaciones llevan más trabajo de ser redactados, pero suelen convertirse en los artículos más leídos por lo que todo el tiempo invertido hace que valga la pena.

#11

Haz un tutorial

Este tipo de contenido funciona muy bien, especialmente si lo realizamos en **video**. Para realizarlo debemos investigar sobre temas de interés de nuestra audiencia y ver en que están necesitando ayuda. Puedes acudir a tus preguntas frecuentes para seleccionar ideas. También sirven para educar a la audiencia sobre el uso de tus productos y servicios.

#12

Herramientas

Selecciona una lista de herramientas que utilizas en tu negocio día a día. Estas herramientas pueden ayudar a tu audiencia a ser más productivos y ahorrarles horas de esfuerzo. Incluso, si se presentan dudas, es una buena oportunidad para crear tutoriales para que aprendan a utilizarlas correctamente,

INTERACTUAR

El objetivo de este tipo de contenido es de generar una interacción con tu audiencia con el fin de fidelizarlos. También este tipo de contenido suele volverse más viral por lo que ayuda para exponer a tu marca a nuevas miradas.

#13

Realiza un concurso

A diferencia de los sorteos, los concursos incentivan a tu audiencia a interactuar e invitar a sus conocidos que tienen el mismo perfil de tu marca. Una publicación de este tipo consiste en describir la consigna y reglas del concurso de manera clara. La consigna no debe demandar mucho esfuerzo y el premio debe ser acorde.

#14

Pide respuestas

Este tipo de contenido suele ser corto ya que el objetivo es generar conversación con tu audiencia a partir de una pregunta interesante para ellos. El desafío se encuentra en seleccionar un tópico digno de interacción ya que debe ser del interés de tu público. Intenta seleccionar un tema que no genere timidez ni violencia ya que esto podría limitar la participación.

#15

Brinda un recurso gratis

Este tipo de publicaciones se utiliza para proveer valor al público con algún recurso gratis. Esto genera interacción porque logras muchas descargas. Podés intercambiar información de valor para tu negocio como "Ingresa tu email para descargar". Además, es importante incentivar a tu audiencia para que compartan su experiencia con este recurso que les brindas.

#16

Llena el blanco.

Escribe un texto e incentiva al público a llenar el blanco con las respuestas que ellos consideran correctas. Este contenido es divertido, ligero y por ende logra mucha interacción.

#17

Habla sobre un problema que nos atraviesa a todos

Crea una publicación hablando sobre un dolor de tu audiencia. Puedes preguntarles cómo se sienten atravesando esta problemática o brindarles una solución. Es importante que alientes a tu público para que interactúen y así generar una conversación. También, incentivar a que compartan esta publicación para aumentar nuestro alcance.

#18

Crea un reto

Si consideras que la competitividad y la valentía es parte de la personalidad de tu audiencia puedes crear un reto. Esta publicación consiste en describir un reto y plantear sus reglas. Este contenido puede ayudarte a generar interacción, aumentar tu alcance y reforzar la presencia de tu marca.

#19

Lo mejor de...

Este tipo de publicaciones consiste en realizar tu top sobre un tema en particular. No es un contenido muy difícil de desarrollar ya que consiste en dar tu opinión e incentivar a tu audiencia a dar la suya. Puedes pedirles que comenten realizando su propia lista o dando su opinión sobre tu selección.

Ejemplo: Las 10 mejores herramientas para email marketing.

#20

Encuestas

Podrías realizar una serie de encuestas sobre un tema de interés y redactar una publicación para compartir los resultados. Este tipo de contenido sirve para conocer mejor a tu audiencia escuchando su opinión y necesidades.

#21

Realiza colaboraciones

El contenido con colaboración te ayuda a interactuar con nuevas audiencias. Selecciona 5 profesionales complementarios a tu rubro e invítalos a participar de una publicación conjunta. Puedes pautar dos encuentros para que ambos puedan lucirse como profesionales.

#22

Graba una publicación en audio

Sorprende a tu audiencia creando una publicación únicamente de audio e invítalos a escucharte en sus momentos de transición como en el viaje que realizan hasta su trabajo o mientras cocinan por la noche.

#23

Involucra a tu audiencia

Invita a una persona de tu audiencia a ser parte de una publicación. Esto le hará sentir a tus seguidores que realmente los tienes en cuenta y son valorados. En este encuentro puedes conversar sobre su experiencia con tu marca y cómo llegó a ella. También, escuchar sus problemas, hacerles un mini coaching y convertirlo en "embajador" de tu marca como agradecimiento a su fidelidad.

#24

Desmiente mitos

En toda industria hay mitos. Selecciona los mitos que conozcas en tu rubro y da a conocer la realidad de cada uno de ellos. También, toma esta oportunidad para consultar a tus seguidores qué otras cosas "suponen" de tu industria para saldar todas sus dudas en una próxima publicación.

MOTIVAR

INSPIRAR

El objetivo de este tipo de contenido es de conectar emocionalmente con la audiencia para que se genere ese vínculo de confianza más humano. Esto lleva a fidelizar a tu audiencia.

#25 Comparte 3 razones

Este contenido puede utilizarse para motivar una acción que genere la compra de productos o servicios. Podemos seleccionar tres atributos y resaltarlos como tres razones para adquirir lo que ofrecemos.

#26 Educa de forma diferente y divertida

Comparte información relevante a tu comunidad para que puedan entretenerse desarrollándola. Evita la narrativa tradicional, busca la forma de innovar para marcar la diferencia y mantener motivada a tu audiencia.

#27

Comparte algo que aprendiste hoy

Este tipo de contenido es útil para generar cercanía con la audiencia. Utiliza el storytelling para conectar con tu público a través de un aprendizaje personal que pueda ser de interés para ellos.

#28

Comenta una victoria personal o laboral

Selecciona una victoria personal o laboral que inspire a tu público. Puedes elegir tu trabajo más desafiante o un momento de tu vida que valga la pena recordar con enseñanzas que alivianen el camino de tus seguidores.

#29

Expresa gratitud

Agradece por tus logros personales y profesionales. Expresa a tu audiencia la importancia de su apoyo y cómo te ayudaron en tu camino para ser quien eres hoy.

#30

Antes y después

Este tipo de contenido suele tener mucho éxito. Selecciona el caso de un cliente, un proyecto o características de tu negocio y muestra como era antes y como evolucionó gracias a tu trabajo.

#31

Comparte el mejor consejo que recibiste

Usa el storytelling para contarle a tu público sobre el día que recibiste ese consejo que marcó tu camino. Este tipo de contenido puede hacernos sentir vulnerables pero son muy bien recibidos por nuestra audiencia que siempre está interesada sobre cómo llegamos a ser quienes somos hoy.

#32

Las razones por las que no logras X resultado

Bríndale a tus seguidores las razones claves por las que no logran sus objetivos. Tu experiencia y conocimiento te dan la capacidad de detectar esas fallas que están cometiendo y que quizás no conocen. Con esta publicación podrás motivarles a que salgan de ese error.

#33

Espectativa vs realidad

Este tipo de contenido puede realizarse con humor. Puedes seleccionar una característica de tu rubro, producto o servicio y mostrar un expectativa vs realidad. No tiene por qué ser negativo. Si lo utilizamos con nuestros productos podemos mostrar todas sus virtudes con este juego.

AUTORIDAD

El objetivo de este tipo de contenido es el de subir el nivel de autoridad que se percibe de tu marca para así solidificar cada vez más tu posicionamiento en tu nicho.

#34

Comparte tus hitos/logros

Este contenido te ayudara a posicionarte como profesional ante tu público. Comparte algún reconocimiento, premio, título o logro que genere autoridad. Esto brindará confianza en tu negocio y credibilidad.

#35

Cuenta algo personal sobre ti o de tu empresa

Tu audiencia quiere conocerte. Por eso, las publicaciones de historia personal o la historia del nacimiento de una empresa suelen ser muy exitosas. Esto te ayudará a fidelizar a tu público creando un lazo más fuerte.

#36

Detrás de cámara

A tus seguidores le encanta saber qué pasa tras las cámaras en tu negocio y en tu vida personal. No tengas miedo de verte poco profesional y mostrar tu lado vulnerable. Este tipo de contenido ayuda a generar cercanía con tu audiencia y a crear una comunidad más fiel. Puedes comenzar por mostrar cómo es un día en tu vida o un día en tu negocio.

#37

Opinión personal

Ante una noticia relevante podrías crear publicaciones exponiendo tu opinión personal respecto al tema. Una vez que generes una comunidad fiel y conversación con tu audiencia ellos van a interesarse por conocer tu postura ante diversos temas.

#38

Comparte la fórmula de...

A tu audiencia le encanta conocer tu opinión y tu manera de desempeñarte en distintas áreas. Comparte con ellos las claves y fórmulas que lograste adquirir con la experiencia. Cuando buscamos ser referentes, nuestro público espera que acortemos tu camino personal o profesional compartiendo aprendizajes que le evitaren errores e el futuro.

#39

5 cosas que amas y 5 cosas que no te gustan

Crea una pequeña lista de cosas que amas y cosas que no te gustan que tengan valor para tu audiencia. Podrías, por ejemplo, compartir 5 cosas que amaste de tu carrera profesional y 5 que no te gustaron en absoluto.

#40

Habla de tu metodología

Creá una publicación donde le comentés a tu audiencia qué es lo que te hace diferente. Esto te ayuda a posicionarte como referente de un tema ya que cuentas con una metodología que te coloca por sobre otros profesionales del mismo rubro.

#41

Top consejos

Este tipo de contenido suele tener un buen recibimiento. Selecciona consejos y aprendizajes que te gustaría compartir con tu audiencia. Puedes hacerlo en modo de lista o checklist.

#42

Educa con tu propio ejemplo

Promueve tus productos o servicios. Puedes realizar fotos y videos donde muestres cómo los utilizas en tu vida diaria. Mostrar en primera persona su efectividad eleva la credibilidad, inspira a tu público y motiva a la compra de los mismos.

#43

Testimonios

Con este contenido puedes mostrar el progreso de un estudiante o cliente. Sirve para obtener credibilidad social instantánea lo cual eleva tu autoridad en el rubro. Puedes pedirle a tu audiencia que comparta este contenido para aumentar tu alcance. Es importante que selecciones un testimonio con el que más personas puedan identificarse.

#44

Lo que nadie te ha dicho

Habla sobre un tema que sea nuevo en tu comunidad o algún aspecto que notes que aún ignoran. Este tipo de contenido te ayuda a conectar mejor con tu público ya que les demuestras interés y que estás actualizado en tu rubro.

#45

Pasos para mejorar...

Crea una metodología de X pasos para ayudar a tu audiencia con un problema que este enfrentando. Esto le será de mucha utilidad y te ayudará a mejorar la interacción al mismo tiempo que te posicionas como referente.

¡MANOS A LA OBRA!



Ahora ya tienes suficientes ideas **IRRESISTIBLES** para que puedas generar aún mejor contenido para tu público y así mantenerte activo en todos tus canales.

Es momento de que elijas ideas y lo pongas en tu **Calendario Editorial**.

¡POR MÁS CONTENIDO IRRESISTIBLE!



FABI MERSAN

Mentora de Marca Personales.

www.fabimersan.com

*"Uniendo quien eres con lo que haces
para crear un negocio que amas"*

Recurso exclusivo para suscriptores de fabimersan.com Copyright 2020. Fabiana Mersan. Todos los derechos reservados. Ningún componente de esta publicación puede ser copiada, reproducida, distribuida, publicada, difundida o en cualquier modo explotada en ningún formato y por ningún medio incluyendo fotocopias, grabación u otros mecanismos electrónicos, sin previo consentimiento escrito del autor. Para obtener permisos por favor comunicarse a contacto@fabimersan.com