




Formación y ejercicios

7 PASOS PARA CREAR CONTENIDO MEMORABLE

BY LARA ANDRÉS - AMB PACIÈNCIA

**amb
paciència**

Cuando piensas que debes crear contenido para tus redes sociales, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿El diseño de la imagen? ¿El texto que acompaña a esa imagen? Lo cierto es que un contenido memorable consta de:

IMAGEN Y TEXTO

Se cree que en Instagram es más importante la imagen que el texto. Pero lo cierto es que, el texto tiene una gran importancia. Te cuento porqué.

- Tu comunidad, por grande o pequeña que sea, está formada por diferentes tipos de personas. Unas se fijarán en la imagen y les encantará leer en los carruseles. Mientras que otras, se decidirá por leer en diagonal el pie del post.
- Instagram aun no cuenta con la capacidad de "leer" las imágenes para clasificarlas. Por ello, se centra en el texto. Lo escanea.
- Escribir un buen texto, suma a tu contenido visual.
- Crear una buena imagen, suma al contenido de texto.
- Por último, dominar la imagen y el texto te hará un profesional mucho más completo.



#1 SELECCIONA EL TEMA

Define de qué vas a hacer el contenido.

Ten en cuenta qué tipos de post te han funcionado mejor y el formato que le vas a dar: imagen única, carrusel, video.

IDEAS DE INSPIRACIÓN



- **FAQs.** Las preguntas frecuentes de tus clientes.
- **Tendencias** de tu sector.
- **Caso práctico** de un proyecto en el que hayas trabajado. Esto puede ser desde una receta, hasta la reforma de una casa, pasando por la creación de una página web.
- Un **truco útil** para tu comunidad.

#2 DEFINE EL PUNTO DE VISTA

Hay tanto contenido en internet, que es necesario destacar. Crea tu enfoque único. Tendrá mucho que ver con el tono de voz y personalidad de tu marca o proyecto.

#3 A POR EL TITULAR

Es la primera frase que acompañará el post o el video. Ello captará la atención de tus lectores y será el gancho para que se queden a leer el resto.



TRUCO

Prueba **Title Generator si la inspiración te falla**. Además de generar titulares interesantes, estoy segura que te dará ideas para contenido y enfoque.

<https://www.title-generator.com/>

The image shows two devices displaying the Title Generator website. The tablet screen shows the main interface with a search bar and a 'GET HEADLINES!' button. The laptop screen shows a list of generated titles.

1 Añade tu palabra clave

2 Genera tus títulos

1 Scroll Down the page
2 Pick 2 Headlines
3 Make sure your headline is gramatically correct
4 Read the [Headline Generator Addendum](#)
5 Go to [PickFu](#) for a quick split test.

Your Main Keyword

CREATE TITLES

You are on page 1 of 3

PAGE 1 PAGE 2 PAGE 3

1. How To Win Clients And Influence Markets with PERSONAL BRANDING
2. How To Make Your PERSONAL BRANDING Look Amazing In 5 Days
3. Best 50 Tips For PERSONAL BRANDING
4. How To Handle Every PERSONAL BRANDING Challenge With Ease Using These Tips
5. How To Turn PERSONAL BRANDING Into Success
6. Warning: These 9 Mistakes Will Destroy Your PERSONAL BRANDING
7. What You Can Learn From Bill Gates About PERSONAL BRANDING
8. The Secret Of PERSONAL BRANDING



#4 EL TEXTO PRINCIPAL

Sigue la estructura básica:

INTRODUCCIÓN + NUDO + DESENLACE

INTRODUCCIÓN ➔ Que el usuario pueda escanear la información para decidir seguir leyendo.

NUDO ➔ Cuéntanos todo, pero de forma estructurada. Evita hacer frases eternas utilizando debidamente los signos de puntuación.

DESENLACE ➔ Cierra el texto a modo de conclusión.

TRUCOS PARA LOS TEXTOS



- **Emojis.** Utilízalos para enfatizar estados de ánimo y captar la atención, pero todo en su justa medida.
- **Texto espaciado.** Utiliza los puntos y aparte junto con salto de línea extra para agilizar la lectura.
- **Listas.** Es una buena manera de organizar y sintetizar la información.
- **Hashtags.** Prescinde de su uso entre el texto, puede ser una puerta de salida para el lector y queremos que se quede hasta el final.



#5 LLAMADA A LA ACCIÓN O CALL TO ACTION

Una vez que el usuario haya leído el texto ¿Qué es lo que esperas que haga? Díselo claro.

POTENCIA LA INTERACCIÓN

CTA TIPS



- Utiliza **verbos** dónde el usuario tenga que realizar una **acción**: cuéntame, explícame, opina sobre...
- Crea **preguntas que necesiten una respuesta** más allá de "sí o no".
- De vez en cuando puedes recurrir a "Comenta con el emoji XX si quieres saber más".
- Potencia que los usuarios quieran **conversar contigo**.
- Que cada **comentario tenga una repuesta** por tu parte.

#6 DISEÑO VISUAL

A pesar de que cada **creatividad** es diferente, recuerda que **todo tiene que ver con todo**. Y que **el tiempo es oro**.

CHECK LIST



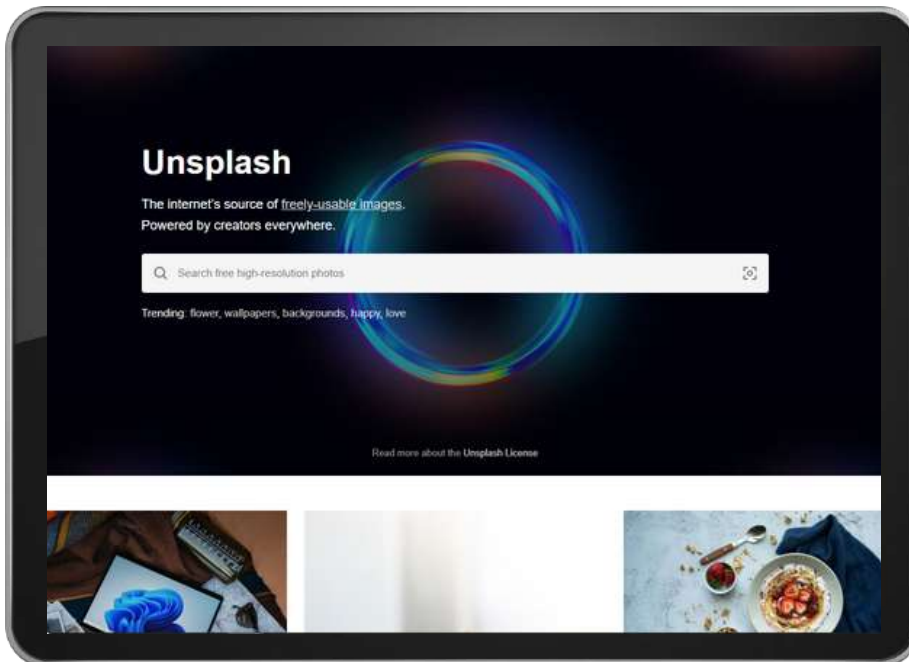
- ✓ Utiliza una paleta de colores corporativa.
- ✓ Crea plantillas que puedas replicar.
- ✓ Utiliza entre 2 y 3 tipografías, siempre las mismas, y suficiente diferenciadas entre sí.
- ✓ Si escribes dentro de las imágenes, que tenga buena legibilidad, las letras microscópicas no ayudan.



#7 IMÁGENES PROPIAS VS GALERÍAS DE IMÁGENES

Siempre que puedas, **utiliza tus propias imágenes**. Especialmente si trabajas como marca personal, es bueno que inviertas en ello.

Pero si no, puedes contar con **galerías de imágenes de uso libre**.



Unsplash.

Galería de muy buena calidad con imágenes libres de uso.

<https://unsplash.com/>

¡Cuidado con las marcas de agua!

Si una imagen tiene marca de agua es por qué no es de libre uso y se debe pagar por ella. A todos nos gusta cobrar por nuestro trabajo, ¿verdad?

Y AHORA...

¿ESTÁS A PUNTO PARA CREAR CONTENIDO MEMORABLE?



ACCEDE A LOS EJERCICIOS



EJERCICIO 2. LOS TITULARES

Selecciona uno de estos temas y escribe **varios titulares**. Quédate con el más impactante.

TITULARES



EJERCICIO 3. TEXTO DEL CONTENIDO

Redacta cada una de las partes. Recuerda que la información se pueda escanear fácilmente. Puedes jugar con los emojis, pero sin pasarte.

INTRODUCCIÓN

NUDO

DESENLACE



EJERCICIO 4. CALL TO ACTION

Escribe varias llamadas a la acción que inviten a participar en los comentarios.
Recuerda utilizar verbos de acción.

LLAMADAS A LA ACCIÓN



EJERCICIO 5. DISEÑO VISUAL

Si aún hay conceptos que no tienes claros, te invito a que crees tu propia guía visual en formato reducido:

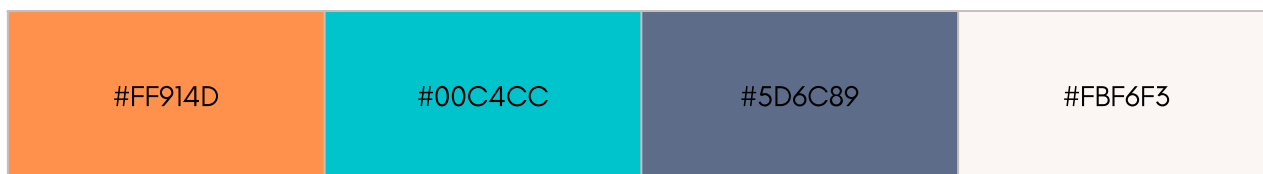
EJEMPLO

Tipografía titulares	ANTON MAYÚSCULA - 80
Tipografía cuerpo de texto	Montserrat - 13
Tipografía decorativa	<i>Carlsons Script - 130</i>

PALETA DE COLORES - PRINCIPALES



PALETA DE COLORES - SECUNDARIOS



EJERCICIO 5. DISEÑO VISUAL

TU MARCA

Tipografía titulares	
Tipografía cuerpo de texto	
Tipografía decorativa	

PALETA DE COLORES - PRINCIPALES

PALETA DE COLORES - SECUNDARIOS



El objetivo de estos ejercicios es que te tomes tiempo para pensar a dónde quieres llevar tu contenido digital, qué es lo que quiere transmitir con el mismo, y definas conceptos básicos, como el diseño visual. Que tu contenido transmita una imagen más pulida y profesional.

Muchas veces el principal error en la creación de contenido es pensar que el tiempo “se pierde” cuando lo estamos preparando. Y créeme cuando te digo que no lo pierdes, LO GANAS.

Por otra parte, la interacción con tu comunidad, no importa que ésta sea grande o pequeña, es muy importante. Te dará las pistas para entender. ¿Él qué? Lo que necesitan de tu marca, de qué manera y en qué momento.

Desde el momento en que dejas claro y reafirmas cómo es tu marca y cómo quieres que la vean, ya has hecho un paso gigante. Sí, gigante. Y sí, a veces nos vemos como hormigas entre el bosque de contenido de internet. Pero lo cierto es que, tu marca es única.

¡Ah! Y espero que estos ejercicios te hayan gustado, pero sobre todo que te sirvan. Nos vemos en el siguiente

¿QUÉ TE GUSTARÍA HACER AHORA?



- IR AL CANAL DE YOUTUBE

- PASEARTE POR INSTAGRAM

- SEGUIR APRENDIENDO