



Estrategia de contenido de venta para redes sociales

20 / 04 / 2022



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

1. Qué es el contenido de venta en redes sociales y por qué usarlo

1.1 Definición Venta Digital

1.2 Definición Contenido de venta

2. Cómo crear contenido de venta en redes sociales

2.1 Las publicaciones tipo que sí o sí hacer en tus redes sociales

2.2 Los temas sobre los que publicar para que tu cliente no pueda decirte que NO

2.3 Textos de publicaciones que venden

1. Caso práctico

Tiempo para que cada participante “dibuje” su estrategia de contenido de venta + puesta en común

1. Preguntas y Respuestas





Ana M^a Camacho Manfredi

ANA CAMACHO
comunicación estratégica

TATIANA ARIAS

laconsultoríadigital

(LIFESTYLE)²

DR. Davinia Ruiz

CLOUDS ACADEMY
by Davinia Ruiz

Máster de Emprendedores
Claves prácticas para alcanzar el éxito en tu proyecto

FUNfitt

ESTRATEGIA · VENTA DIGITAL · INSTAGRAM · RRSS

www.anacamachomanfredi.com

ESTRATEGIA DE
CONTENIDO DE VENTA
PARA REDES SOCIALES

Visión de las Redes Sociales

Visión de las redes sociales

- El objetivo de esta formación es dar a **las redes sociales nuevas funciones** dentro de una empresa, más allá de la presencia corporativa habitual.
 - En este taller te muestro la forma de convertir las redes sociales en **herramientas de venta para un negocio**.
 - Diseñar, **a través del contenido que se publica**, el recorrido que acompaña a tu cliente desde que te conoce hasta que termina comprando.
 - En definitiva, veremos **cómo expresar la presencia en redes sociales** más allá de publicar, adaptando esta acción al tipo de negocio que tienes y el cliente al que le quieres vender.
-

87%

de los españoles usa las redes sociales .

“Informe Digital 2022” elaborado por Hootsuite en colaboración con la agencia We Are Social

FUENTE @laola4media

Contexto del Cliente

Cuánto está mi cliente en redes sociales

- España cuenta con 40,7 millones de usuarios de redes sociales. Un 87% de la población.
- Dedicán de media 1 hora y 53 minutos al día.
- **WhatsApp** con un 91%
- **Facebook** con un 73,3%
- Seguidas de **Instagram** con un 71,7%



Las **redes sociales** son “lugares”
a los que nuestro cliente acude
para tomar **decisiones de
compra.**

**"El objetivo no es la perfección, es
la conexión"**

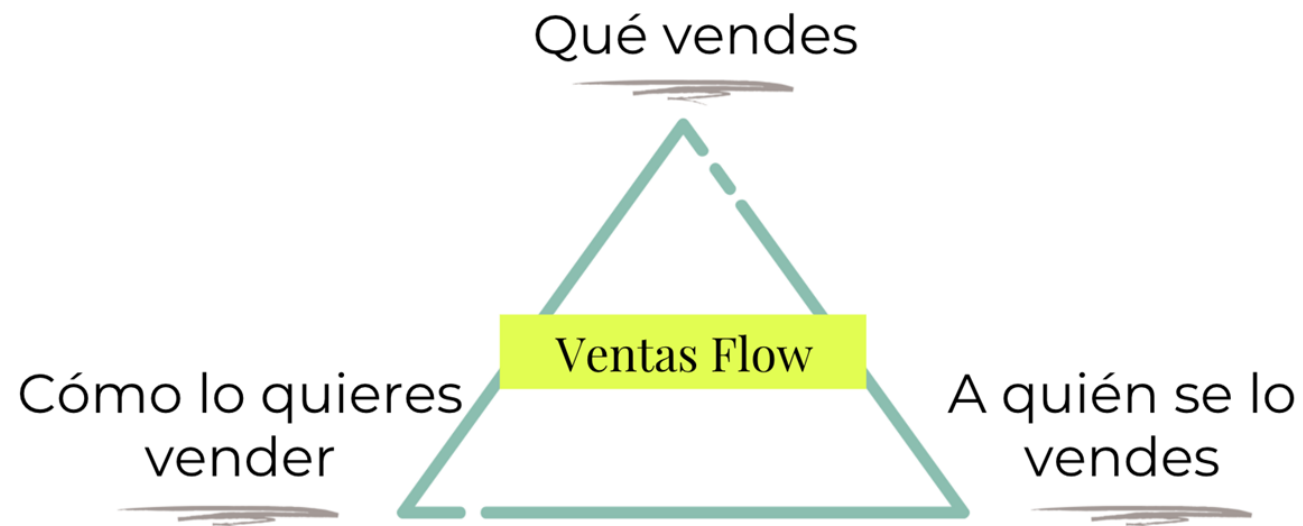
- Autor desconocido

ESTRATEGIA DE
CONTENIDO DE VENTA
PARA REDES SOCIALES

Las bases de la venta digital

Las bases de la venta (digital)

Sin claridad, no hay ventas



La claridad para el éxito de las ventas

- Para generar confianza.
 - Para comunicar > Venta. En acciones individuales o masivas
 - **Seguridad.** No sólo tienes que ser una profesional en tu área, también debes parecerlo.
 - ¿Piensas que esto no es para ti?
-

Qué es el contenido de venta en redes sociales y por qué usarlo

Definición Venta Digital

Venta Digital

- Es **diferente** a vender detrás de un mostrador.
- Además de vender productos o servicios, **te tienen que comprar la experiencia.**
- Existen **herramientas y estrategias** que te habilitan el camino hacia la venta digital y, bien utilizadas, harán que aumenten tus beneficios.



Ahora mismo ¿Qué es vender en digital para ti?

Definición Contenido de venta

Contenido de Venta

- Contenido VS **Contenido estratégico**
- Claridad en los **objetivos de venta**

Ahora mismo ¿Estás usando el contenido para educar, generar confianza que facilite la venta?

- Ejemplo Aceites Esenciales



Fengshui Decoración
Bienestar Autoconocimie
nto
Nutrición Aromaterapia Autocuidado

La pregunta **no es si debe**
mi empresa estar en redes
sociales, la pregunta **es**
cómo debe estar mi
empresa en redes sociales.

Método Vende con Redes Sociales

1. Biografía
2. Publicaciones de Venta
3. Diseño (estética)
4. Crear tu comunidad de potenciales clientes
5. Otras Acciones de ventas



Cómo crear contenido de venta en redes sociales

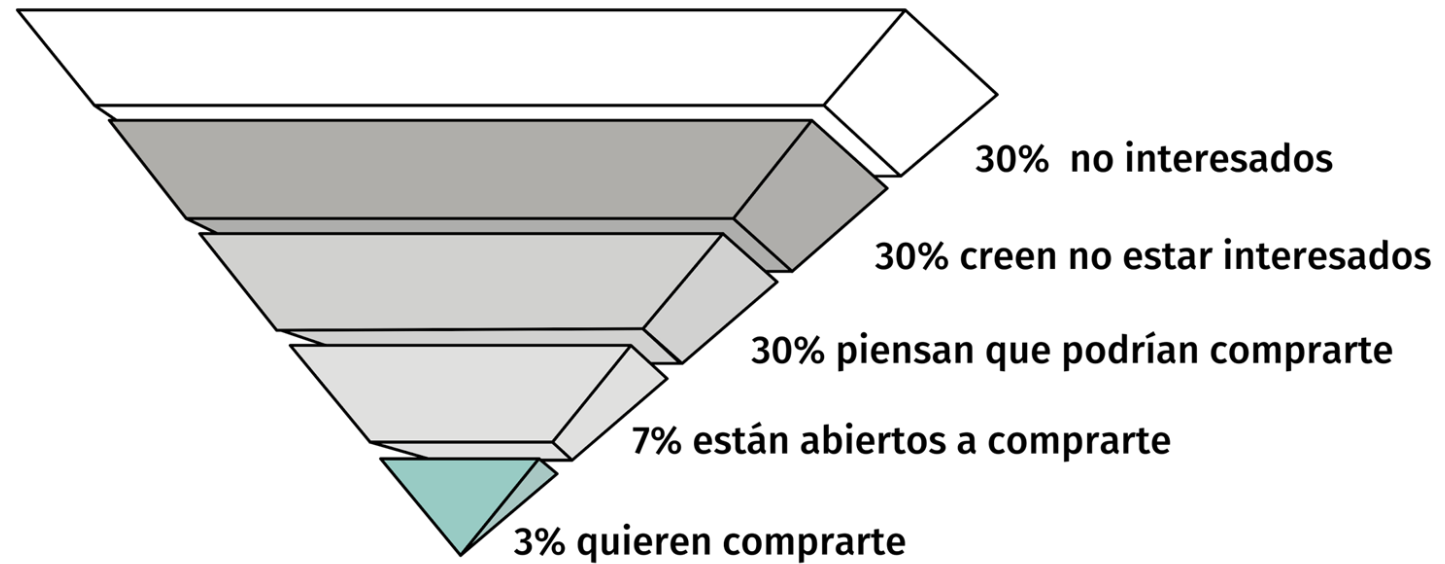
Las publicaciones tipo que sí o sí hacer en tus redes sociales

Los 5 niveles de consciencia del cliente potencial
[Eugene Schwartz]

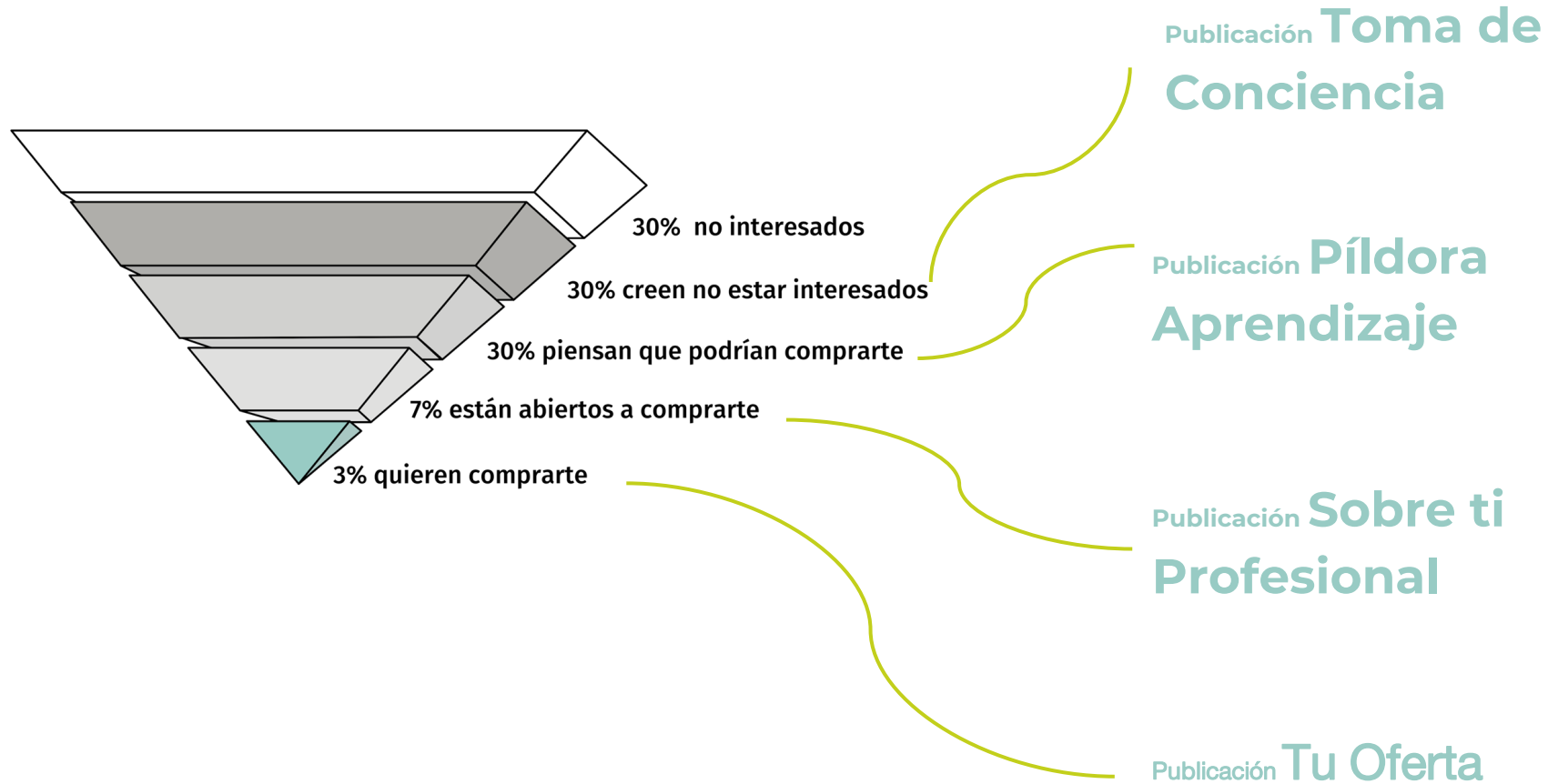


- No soy consciente que tengo un problema
- Identifico que tengo ese problema o necesidad
- Encuentro la solución al problema o necesidad
- Elijo quien lo soluciona
- Estoy dispuesto a pagar por ello

Las publicaciones tipo que sí o sí hacer en tus redes sociales



Las publicaciones tipo que sí o sí hacer en tus redes sociales



Tus perfiles de redes sociales no tratan de tu empresa, **tratan de tu cliente.**

Publicación Toma de Conciencia

Objetivo y estructura

- **Etapas de la venta:** identifico que tengo ese problema o necesidad
- **Función que cumple:** empatizar con tu seguidor (potencial cliente)
- **Tema:** problema + preocupaciones
- **Llamada a la acción:** Interacción
- **Formato estrella:** Frase.



Publicación Píldora Aprendizaje

Objetivo y estructura

- **Etapas de la venta:** encuentro la solución al problema o necesidad
- **Función que cumple:** entienden cómo puedes ayudarle
- **Tema:** Limitaciones y Obstáculos
- **Llamada a la acción:** Regístrate / ¿Hablamos?
- **Formato estrella:** Carrusel de Imagen + Video!



Publicación Sobre Empresa

Objetivo y estructura

- **Eta de la venta:** elijo quien lo soluciona
- **Función que cumple:** le permite a tu seguidor conocerte más y sentirse identificada contigo.
- **Tema:** ¿Qué te gustaría que tu cliente conociera sobre ti, a nivel profesional?
- **Llamada a la acción:** Interacción
- **Formato estrella:** Foto personal en el ámbito profesional (siempre que puedas aparece tú o espacios que frecuentes o personas de tu entorno personal / profesional)



Publicación Oferta

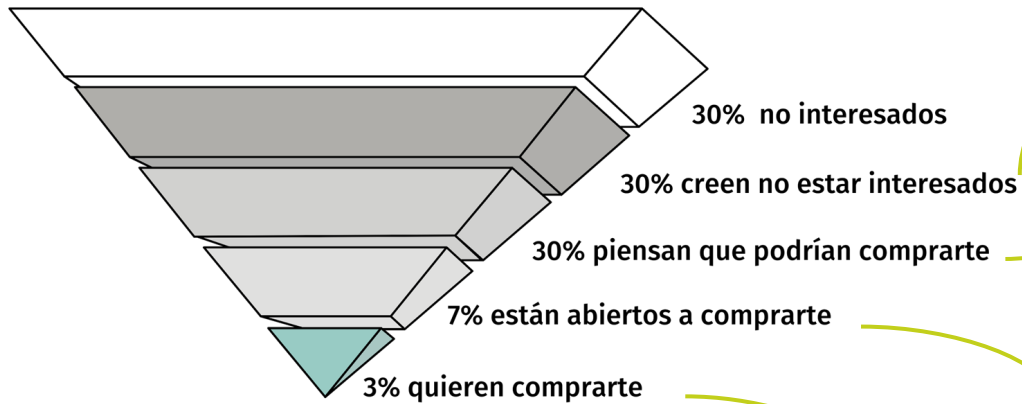
Objetivo y estructura

- **Etapas de la venta:** estoy dispuesto a pagar por ello
- **Función que cumple:** le permite conocer tus servicios y productos
- **Tema:** Resultados (oferta, testimonio, pregunta frecuente, ...)
- **Llamada a la acción:** venta > Link en la bio
- **Formato estrella:** Imagen



**¿Piensas que el
contenido de ventas
en redes no se puede
adaptar a tu
negocio?**

Temas de publicaciones que venden



Publicación **Toma de Conciencia**

Problema + Preocupaciones

Publicación **Píldora Aprendizaje**

Limitaciones + Obstáculos

Publicación **Sobre ti Profesional**

¿Qué te gustaría que tu cliente conociera sobre ti, a nivel profesional?

Publicación **Tu Oferta**

Resultados

Temas de publicaciones que venden

Listado de temas	TC - Por qué	PA - Cómo	SERVICIO - Te acompaño	SM - Cómo lo he hecho
Infraseguros				
No tengo tiempo para dar mis clases y publicar				

Textos de publicaciones que venden

Enfoque

- Foco en el cliente
- Tono afirmativo
- Palabras que describan
- Evita las palabras manidas

Qué te ocurre



Por qué te está ocurriendo esto



Qué / Cómo hacer para solucionarlo

Textos de publicaciones que venden



+ Confundes el problema real que tienes con los síntomas que notas +

+ Los síntomas son el aviso de que algo está fallando. No tienen que decirte exactamente el qué!

Te pongo algunos ejemplos:

> Un negocio que no genera el dinero suficiente para cubrir gastos = (lo traduces por) necesita clientes.

> Un negocio que no da a basto con las tareas = (lo traduces por) necesita contratar.

> Un perfil de Instagram que no vende = necesita publicar más.

Qué te ocurre

Por qué te está ocurriendo esto

Textos de publicaciones que venden



- + Optimizar el tiempo que inviertes en dar tu servicio, diseñar un infoproducto, ordenar los gastos e ingresos de tu proyecto o dar con el contenido gancho que tu cliente necesita ver, en tu perfil de Instagram, para comprarte...
- + Otras opciones para conseguir los mismos resultados.
- + Evitando toda esa frustración de intentar solucionar algo que te inquieta:nsin conseguirlo. ¡Normal que abandones!

Ahora dime, ¿que traducción literal te has visto haciendo en tu propia cabeza? ¿Lo has vivido tú?

#perspectivas #opciones #resultados #tiempo #dinero
#puntosdevista #lachicadeinstagram #infoproducto #servicio
#contenidopararedes #contenidosdigitales #contenidoorganico

Qué / Cómo hacer para
solucionarlo

Llamada a la acción

ESTRATEGIA DE
CONTENIDO DE VENTA
PARA REDES SOCIALES

Caso Práctico

Idea tu próximo contenido de venta para redes sociales

Las bases

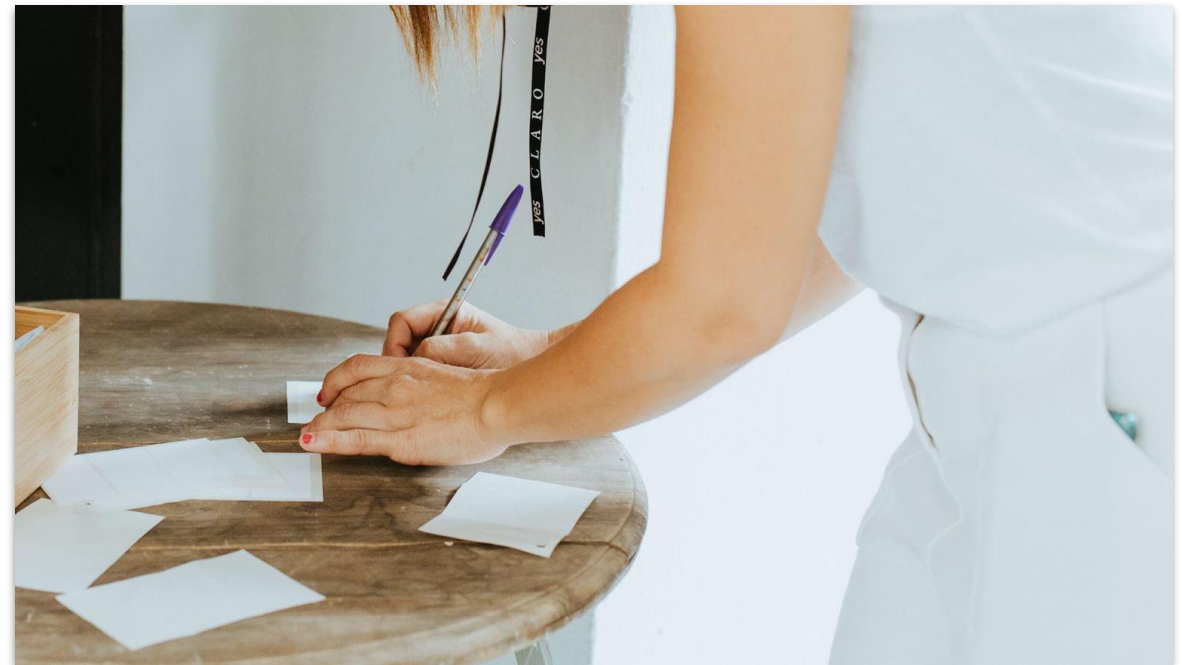
- Objetivo de venta
- Cómo lo vendes

Los temas

- Problemas que quiere resolver tu cliente
- Creencias que tiene tu cliente
- Obstáculos que tiene tu cliente

Los tipos

- **TOMA DE CONCIENCIA** - Por qué
- **PÍLDORA APRENDIZAJE** - Cómo
- **OFERTA** - Servicios, productos.
- **SOBRE EMPRESA** - Autoridad de mi empresa para hacer esto



Conclusiones

Conclusiones

- Nuestro **cliente se conecta diariamente** a las redes sociales
- El proceso de venta es **diferente offline - online**
- Las redes sociales son **herramientas de ventas** para las empresas
- En el digital, en la red social, la marca es la que **guía al comprador** en los próximos pasos.



Conclusiones

- Crear **experiencias** es fundamental para terminar vendiendo
- Los **negocios digitales** se encaminan a las **relaciones uno a uno**
- Habla sin miedo de aquellos que vendes, pero **evita convertirte en la teletienda** > contenido que acompaña



Preguntas y Respuestas

Ana Camacho Manfredi

Sígueme

LinkedIn: Ana Camacho Manfredi
IG: ana.camachomanfredi

Propuestas

(0034) 622 757 897 (en este número sólo tengo activo mensajes y llamadas a través de WhatsApp)
hola@anacamachomanfredi.com

RETO Vende con Instagram

anacamachomanfredi.com/reto-vende-instagram/





Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa
