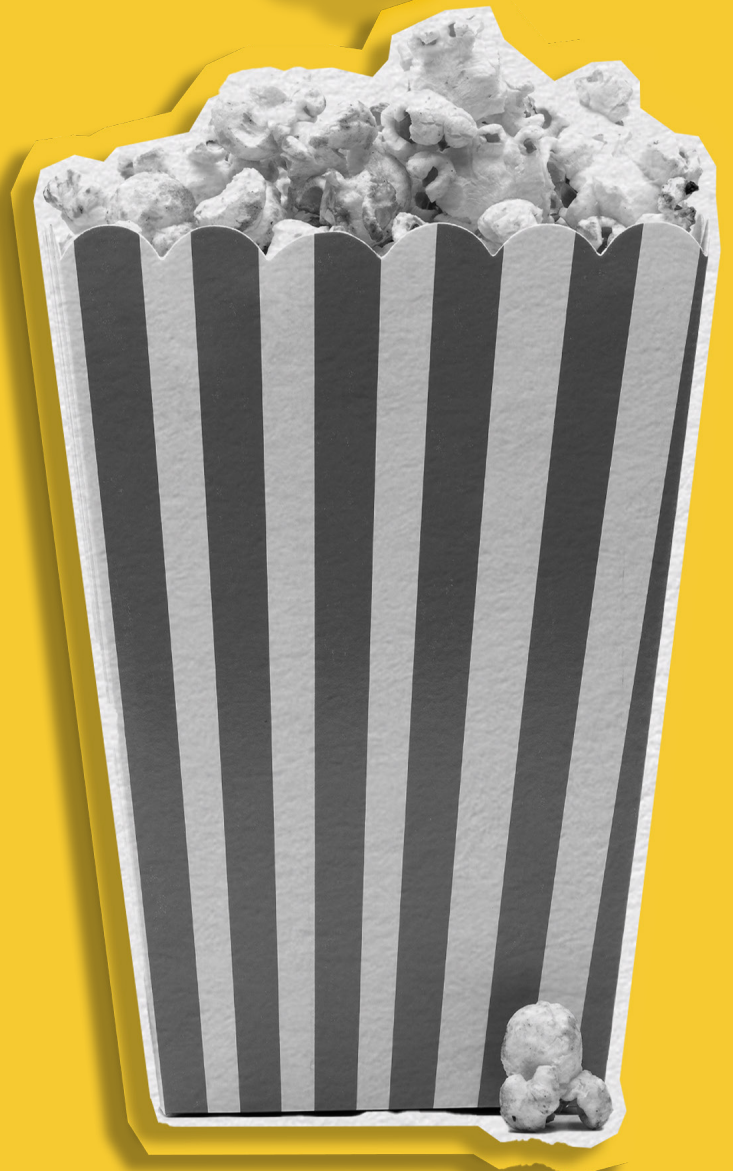


metricool

CUADERNO DE EJERCICIOS

**¡CREA CIENTOS
DE TIKTOKS,
REELS Y
SHORTS!**





Uno de los problemas a la hora de crear contenido para vídeos cortos (Instagram Reels, Facebook Reels, YouTube Shorts y TikTok) es la falta de ideas.

¿Está todo inventado en las redes sociales que usan este formato? Lo cierto es que no, que siempre hay una solución para cada problema y que una de las claves es ponerte en la piel del usuario, conocer al detalle a tu audiencia.

Empezaremos haciendo algunos ejercicios para conocer cómo es tu marca, el arquetipo, cómo identificar a tu público y los problemas que tienen o los puntos de dolor.

CÓMO ES UNA MARCA

Descubre tu arquetipo de marca

Definir el arquetipo de tu marca es crucial para tu identidad de marca. Sirve para conectar emocionalmente con tus clientes, alinear la comunicación en todos los canales y para ser una marca reconocida.

Sigue los pasos...

Elige 3 palabras que definan tu marca, márcalas con del número 1 al 3, siendo el 1 la palabra principal.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Fuera de lo común | <input type="checkbox"/> Honor |
| <input type="checkbox"/> Mimar | <input type="checkbox"/> Victoria |
| <input type="checkbox"/> Seducción | <input type="checkbox"/> Innovación |
| <input type="checkbox"/> Descarada | <input type="checkbox"/> Atrevida |
| <input type="checkbox"/> Experta | <input type="checkbox"/> Disruptiva |
| <input type="checkbox"/> Divertido | <input type="checkbox"/> Imaginación |
| <input type="checkbox"/> Que presta ayuda | <input type="checkbox"/> Lujo |
| <input type="checkbox"/> Rebelde | <input type="checkbox"/> Frescura |
| <input type="checkbox"/> Culta | <input type="checkbox"/> Prestigio |
| <input type="checkbox"/> Referente | <input type="checkbox"/> Confiable |
| <input type="checkbox"/> Honesta | <input type="checkbox"/> Irreverente |
| <input type="checkbox"/> Entusiasmo | <input type="checkbox"/> Carisma |
| <input type="checkbox"/> Cómico | <input type="checkbox"/> Optimismo |
| <input type="checkbox"/> Pasión | <input type="checkbox"/> Esfuerzo |
| <input type="checkbox"/> Proteger | <input type="checkbox"/> Independiente |
| <input type="checkbox"/> Inusual | <input type="checkbox"/> Cuidar |
| <input type="checkbox"/> Inspiración | <input type="checkbox"/> Esfuerzo |
| <input type="checkbox"/> Éxito | <input type="checkbox"/> Empatía |

Ordena las palabras que has elegido, siendo uno el que tiene el mayor peso

La palabra que has puesto en primer lugar define tu arquetipo principal de marca y las siguientes, pueden coincidir con el arquetipo principal o indicar rasgos secundarios de tu marca.

Busca en la tabla la palabra que ocupa la posición 1 y aquí tienes tu arquetipo de marca. Ahora busca la palabra 2 y 3 para encontrar los rasgos secundarios.

Estructura

Cuidador

Cuidar
Proteger
Mimar

(Nestlé / Pampers)

Gobernante

Éxito
Prestigio
Lujo

(Rolex / Mercedes)

Creador

Inusual
Fuera de lo común
Imaginativo

(Apple / Lego)

Espiritualidad

Inocente

Optimista
Honest
Confiable

(Coca-Cola / Dove)

Sabio

Experta
Culta
Referente

(CNN / Google)

Explorador

Atrevida
Descarada
Independiente

(Virgin / Red Bull)

Huella

Forajido

Atrevida
Irreverente
Disruptiva

(Diesel / Desigual)

Mago

Inspiración
Carisma
Innovación

(Disney / Absolut)

Héroe

Victoria
Honor
Esfuerzo

(Nive / Duracell)

Conexión

Amante

Pasión
Seducción
Entusiasmo

(L'Oréal / Häagen-Dazs)

Bufón

Cómico
Divertido
Frescura

(Fanta / Doritos)

Ciudadano

Empatía
Que ayuda
Amigable

(Ikea / Levis)

Fíjate en el centro, justo aquí está la esencia de tu marca.



QUIÉN ES TU CLIENTE IDEAL

En redes sociales hablar para todo el mundo es el método menos efectivo. Investiga a fondo a tu cliente ideal.

Cliente ideal= El cliente que quieres que te compre o forme parte de tu comunidad

Define ese cliente ideal siguiendo estos pasos, rellenando todos los datos personales de la ficha del cliente, así como hobbies, sus puntos de dolor o aspiraciones:



Nombre:

Edad:

Residencia:

Estador civil:

Situación actual:

Red social favorita:

Aficiones

¿Cuál es su mayor miedo?

¿De qué presume?

Deseos, ¿a qué aspira?

**ENCUENTRA
LOS PUNTOS DE
DOLOR Y LAS
ASPIRACIONES
DE TU CLIENTE
PARA GENERAR
CONTENIDO**

¿Dónde encontrar puntos de dolor de tu cliente para generar contenido?
Aquí tienes 7 ideas para comenzar.

Apunta en la última columna los aprendizajes y examina después cuáles son los problemas o ideas que más se repiten.

Comunidades online donde se encuentra tu cliente ideal para extraer información y puntos de dolor (Grupos de Facebook, grupos de difusión de Instagram, canales de Telegram)

Quora o Reddit buscando las temáticas relacionadas con tu marca

Investiga comentarios de tus potenciales clientes en las redes de tus competidores

Investiga las reseñas de productos similares en Amazon

Busca foros online dónde están tus clientes y lee atentamente sus comentarios

Comentarios de blogs populares de tu temática

Cuestionarios o encuestas a tu comunidad en redes sociales.

Ahora piensa cómo se sentiría esa persona si resolviera su problema para así descubrir cuál es el beneficio final o solución.

Escribe en la tabla esos 10 problemas y después convierte el problema en la solución que buscan tus clientes.

Aquí tienes un ejemplo del problema que te ha traído hasta aquí, la falta de ideas, por eso te dejamos una tabla para que rellenes cada uno de los problemas y soluciones que encuentras en tus clientes.

Nosotros hemos empezado, pero ahora te toca seguir a ti:

Problema

Solución

Falta de ideas para crear contenido

Ideas infalibles para crear contenido

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Problema

Solución

Si identificas los problemas y las soluciones, siempre vas a tener ideas constantes para crear contenido. Si has rellenado la tabla ahora mismo tienes 20 ideas para crear contenido.

USA LAS 10 FÓRMULAS DE PROBLEMA Y 10 DE SOLUCIÓN PARA MULTIPLICAR TUS CONTENIDOS

Fijate todo el contenido que tienes después de aplicar las fórmulas.

10 problemas X 10 fórmulas: 100 contenidos

10 soluciones X 10 fórmulas: 100 contenidos

Te dejamos las tablas completas con el ejemplo del paso anterior.

1 PROBLEMA - 10 fórmulas de copy

Aquí tienes que sacar el titular y descripción del vídeo desde el problema que has identificado.

Siguiendo el ejemplo anterior tratamos el problema de: la falta de ideas para crear contenido.

Fórmula: Problema-Agitación-Solución (PAS)

Titular: ¿Sin Inspiración para crear contenido?

Identifica el problema de la falta de ideas para crear contenido, agita la frustración que esto puede causar y presenta una solución efectiva.

Fórmula: Fórmula AIDA

Titular: Quieres ideas de contenidos pero no sabes cómo

Atrae la atención del espectador, genera interés mostrando la dificultad de generar ideas para contenido, despierta el deseo de resolverlo y llama a la acción para obtener ayuda.

Fórmula: Pregunta-Problema-Acción-Beneficio (PPAB)

Titular: ¿Pasas horas pensando qué publicar?

Plantea una pregunta que resuene con la audiencia sobre la falta de ideas para contenido, presenta el problema, llama a la acción para encontrar una solución y resalta los beneficios de superar esta dificultad.

Fórmula: Beneficio-Intriga-Gancho (BIG)

Titular: Descubre el secreto para superar el bloqueo creativo

Destaca el beneficio de encontrar inspiración para contenido, crea intriga alrededor de cómo lograrlo y presenta un gancho para invitar a la acción y obtener ayuda.

Fórmula: Problema-Demostración-Solución (PDS)

Titular: Así se supera el bloqueo creativo/la falta de ideas para contenido/ el síndrome del folio en blanco

Muestra el problema en acción, demuestra cómo afecta a la creación de contenido y luego presenta una solución efectiva para encontrar inspiración.

Fórmula: Fórmula del Beneficio Único (FBU)

Titular: Descubre la fórmula para crear contenido, aunque tengas cero ideas

Destaca un beneficio único de superar la falta de ideas para contenido, enfatizando cómo esto facilitará la creación de material atractivo y valioso.

Fórmula: Comparación Contraste Antes-Después (CCAD)

Titular: De la sequía creativa al flujo constante de ideas

Muestra cómo era la vida antes de encontrar ideas para contenido y cómo mejora después de utilizar una solución efectiva, invitando a la audiencia a hacer el cambio.

Fórmula: Historia-Problema-Solución (HPS)

Titular: Así superé el bloqueo creativo

Cuenta una breve historia sobre alguien que enfrenta el problema de la falta de ideas para contenido, presenta el problema y luego muestra cómo se encontró una solución efectiva.

Fórmula: Fórmula de la Curiosidad (FC)

Titular: ¿Quieres saber cómo vencer el bloqueo creativo?

Crea curiosidad al plantear una pregunta intrigante sobre superar el bloqueo creativo y luego invita a la audiencia a descubrir la respuesta.

Fórmula: Beneficio-Prueba-Seguridad (BPS)

Titular: Genera ideas para contenido en minutos

Destaca el beneficio de superar el bloqueo creativo, respáldalo con pruebas de la efectividad de la solución y ofrece seguridad a la audiencia para probarla.

1 SOLUCIÓN- 10 fórmulas de copy

Aquí tienes que sacar el titular y descripción del vídeo desde la solución que vas a aportar a tu cliente sobre el problema que has identificado.

De nuevo, seguimos con el ejemplo anterior y en este caso basándonos en la solución: ideas para crear contenidos.

Fórmula: Fórmula de la Curiosidad (FC)

Titular: Descubre el secreto para crear contenido ilimitado

Crea curiosidad al plantear una pregunta intrigante sobre encontrar el secreto para crear contenido efectivo y luego invita a la audiencia a descubrir la respuesta.

Fórmula: Gancho-Intriga-Beneficio (GIB)

Titular: Este es el secreto de los creadores para tener ideas de contenido

Crea un gancho intrigante alrededor del secreto para encontrar ideas creativas, despierta la curiosidad de la audiencia y resalta los beneficios de adoptar estas estrategias para destacar en redes sociales.

Fórmula: Problema-Recompensa-Solución (PRS)

Titular: Transforma tu estrategia en redes con ideas frescas

Muestra el problema de la falta de ideas creativas, ofrece una recompensa en forma de nuevas estrategias de contenido y presenta una solución efectiva para revitalizar la presencia en redes sociales.

Fórmula: Fórmula de la Promesa (FP)

Titular: Ideas creativas constantes para tus contenidos en redes

Realiza una promesa clara de ideas creativas para contenido, asegurando el éxito en redes sociales y generando confianza en la efectividad de las estrategias propuestas.

Fórmula: Pregunta-Intriga-Beneficio (PIB)

Titular: ¿Quieres destacar en redes sociales con contenido único?

Plantea una pregunta que resuene con la audiencia sobre el deseo de destacar en redes sociales, crea intriga alrededor de cómo lograrlo y resalta los beneficios de encontrar ideas creativas para contenido.

Fórmula: Fórmula del Entusiasmo (FE)

Titular: ¡Encuentra la inspiración que necesitas para triunfar con tus contenidos!

Genera entusiasmo alrededor de la posibilidad de encontrar ideas creativas para contenido, transmitiendo energía positiva y motivando a la audiencia a buscar inspiración para destacar en redes sociales.

Fórmula: Fórmula del Beneficio Único (FBU)

Titular: Encuentra ideas ilimitadas para tu contenido

Destaca un beneficio único de contar con ideas efectivas para crear contenido, resaltando cómo esto puede llevar a producciones innovadoras y cautivadoras.

Fórmula: Fórmula de la Aspiración (FA)

Titular: Aumenta tu engagement con estas ideas de contenido

Genera un sentimiento de aspiración alrededor de la posibilidad de utilizar ideas creativas para contenido, mostrando cómo pueden llevar a alcanzar nuevos niveles de éxito en redes sociales.

Fórmula: Problema-Transformación-Beneficio (PTB)

Titular: De la monotonía a la originalidad: ideas para redes sociales

Muestra cómo el problema de la monotonía puede transformarse en originalidad a través de ideas creativas para contenido, resaltando los beneficios de esta transformación en la presencia en redes sociales.

Fórmula: Fórmula de la Seducción (FS)

Titular: Seduce a tu audiencia con nuevas ideas de contenidos

Utiliza la seducción para captar la atención de la audiencia con la promesa de contenido innovador, resaltando cómo esto puede atraer y retener a seguidores en redes sociales.

Rellena la tabla aplicando las fórmulas de copy a tu problema o solución

Ahora te toca a ti coger las riendas de los problemas de tu audiencia y crear contenido a partir de las fórmulas de copy.

1 PROBLEMA - 10 fórmulas de copy

Problema:

Fórmula: Problema-Agitación-Solución (PAS)

Titular:

Fórmula: Fórmula AIDA

Titular:

Fórmula: Pregunta-Problema-Acción-Beneficio (PPAB)

Titular:

Fórmula: Beneficio-Intriga-Gancho (BIG)

Titular:

Fórmula: Problema-Demostración-Solución (PDS)

Titular:

Fórmula: Fórmula del Beneficio Único (FBU)

Titular:

Fórmula: Comparación Contraste Antes-Después (CCAD)

Titular:

Fórmula: Historia-Problema-Solución (HPS)

Titular:

Fórmula: Fórmula de la Curiosidad (FC)

Titular:

Fórmula: Beneficio-Prueba-Seguridad (BPS)

Titular:

1 SOLUCIÓN - 10 fórmulas de copy

Solución:

Fórmula: Fórmula de la Curiosidad (FC)

Titular:

Fórmula: Gancho-Intriga-Beneficio (GIB)

Titular:

Fórmula: Problema-Recompensa-Solución (PRS)

Titular:

Fórmula: Fórmula de la Promesa (FP)

Titular:

Fórmula: Pregunta-Intriga-Beneficio (PIB)

Titular:

Fórmula: Fórmula del Entusiasmo (FE)

Titular:

Fórmula: Fórmula del Beneficio Único (FBU)

Titular:

Fórmula: Fórmula de la Aspiración (FA)

Titular:

Fórmula: Problema-Transformación-Beneficio (PTB)

Titular:

Fórmula: Fórmula de la Seducción (FS)

Titular:

Al final la repetición en el formato vídeo es importante, porque es la forma de llegar a nuevas personas. Por eso, la idea es crear estos vídeos y programarlos en diferentes semanas, alternando 1 vídeo de solución y otro de problema. Es decir, identifica un problema de tu audiencia y repite la operación.

¿Y cómo programar todo tu contenido para que nunca falte en tus redes sociales?

Programar es ahorrar tiempo en tu día a día como social media manager y saber que vas a tener contenido listo en tus perfiles, evitando así la presión de pensar qué publicar cada día.

Metricool es la respuesta: porque planificación y Metricool van de la mano.

Regístrate GRATIS en Metricool





metricool.com