

¡La clave es generar experiencia! Conoce 5 tips para crear contenido



“Al principio el **marketing de contenido** era algo que usaban escritores, periodistas y editores para **ofrecer valor** con sus obras, pero, ahora con las **redes sociales** todos creamos contenido”, señala Ana Delgadillo, experta en diseño en [campus Sinaloa](#).

¿Sabes cómo generarlo adecuadamente?

Ana Itzú Delgadillo, profesora de diseño en el Tec de Monterrey, campus Sinaloa, comparte para CONECTA **cinco consejos** que te ayudarán a **crear contenido**.

La profesora definió el **marketing de contenido** como una técnica para diseñar la **experiencia de marca** con el fin de atraer a un **público objetivo** a través de crear y distribuir **contenido relevante**.

Según Ana Itzú, las **marcas más exitosas** son las que **venden experiencia** porque son capaces de crear una **audiencia** y generar **confianza**, una de las **razones más poderosas de compra**.

Sigue estos consejos y **crea contenido valor** para **asegurar** que tu marca ofrezca **experiencia**:

1. CONOCE A TU CLIENTE

De acuerdo con la profesora, saber **cómo se comporta tu audiencia** te dará la **pauta para tomar decisiones** importantes para el **desarrollo y distribución del contenido**.

Por un lado, conocer cuál es **la red social que el cliente prefiere**, le permite a la marca detectar en qué **medio debe estar para encontrarlo**.

Por otro lado, destaca que identificar cuáles son **los gustos e intereses del cliente**, ayuda a la marca a determinar qué **temas puede abordar en su contenido**.

Mientras que, saber **en qué momento el cliente está conectado** o más activo en redes, le indica a la marca **cuándo es ideal publicar**.

“Entre más conozcas a tu cliente, estarás más cerca de saber qué camino seguir y crear para él la mejor experiencia”, señaló Ana Itzú.

2. MUESTRA ACTIVIDAD

De acuerdo con la experta, es recomendable **publicar entre 3 o 4 veces a la semana** para mantener la comunicación e **interacción con el cliente** y así **conservar su interés**.

Ana Itzú resalta que para **cuidar los niveles de actividad** puedes **planear tu contenido** con anticipación y enfocar tu energía en **cumplir un objetivo** en particular cada temporada.

Es cuestión de consultar el calendario, determinar los **temas** a abordar, en qué **fechas** se va a publicar, en qué **formato** será (video, historia, fotografía, texto..) y en qué **medio** se mostrará.

Incluso, recomienda profundizar más y escribir el **copy image** que es el texto que va dentro de la imagen y el **copy post**, el texto que aparece arriba o debajo acompañando a la publicación.

Si es **para publicidad en facebook**, consulta esta [liga](#) para **verificar** que el **copy image** no exceda de la quinta parte de tu post.

“Las redes sociales requieren mucha atención, por lo que debes invertirle trabajo y organización para cumplirle a tu audiencia” comentó la profesora.



width="900" loading="lazy">

3. CREAR CONTENIDO SNACK

La experta recomienda **crear contenido rápido** para mantener el **interés de tu cliente** porque entre **más pequeño** sea el contenido es **más digerible** para la audiencia.

En **video**, debes cuidar que dure **entre seis y 15 segundos máximo**, por esa razón son tan recomendables las **historias** y es tan exitoso TikTok.

En **texto largo** como notas y datos interesantes, cuida que **al leer no dueres más de cinco minutos**, para evitar que resulte tedioso y **engancha al lector**.

4. CUIDA EL FORMATO Y LA CALIDAD

No necesitas ser un **diseñador experto según la maestra**, porque existen muchas plataformas que manejan los **formatos y tamaños para cada red** y pueden ayudarte gratuitamente o por un costo bajo.

Algunas recomendaciones de páginas web, bancos de imágenes, apps y programas de PC por parte de la experta son:

Para la **creación de logos** están paginas como *Looka* y *Brandcrowd*.

Para encontrar **material gráfico** puedes consultar bancos de imágenes como *Freepik* y *Onfinder*.

Para **editar video** en computadora puedes utilizar el programa *Blender* y en celular la app *Splice*.

Para **editar fotos**, en computadora pueden usar el programa *GIMP* y en celular la app *Pixlr Editor*.



width="900" loading="lazy">

5. DEFINE LA PERSONALIDAD DE TU MARCA

Principalmente, Ana Itzú especificó cómo los colores, estilo de fotografía y el tipo de letra te ayudan a **definir la personalidad de tu marca**.

a. Colores

Lo mejor es tener una **paleta de 5 o 6** colores como máximo para **representar tu marca**.

b. Estilo de fotografía

Cuida que tus **fotos** sean **muy similares**, unidas por alguna **temática**, para que le den solidez a tu marca.

c. Tipo de letra

Elige entre una o dos fuentes máximo para que puedas tener una caligráfica y **otra de lectura**.

No olvides cuidar que la letra sea **legible** y si es más de una verificar que realmente se vean bien juntas, por lo que puede ser la variación de una misma fuente.

“Mantener un estilo es crear una identidad de marca y generar memorabilidad en la mente del consumidor”, declaró la profesora.

NO TENGAS MEDIO DE EXPERIMENTAR

Finalmente, la profesora invita a las **nuevas marcas** a **experimentar** y tener **paciencia** porque a medida a que **interactúen más con su cliente** obtendrán mejores resultados.

“El contenido que ofrezcas puede hacer la diferencia entre tu marca y la competencia”, cerró la experta.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: