

WORKSHOP

MARKETING DIGITAL



Amapola
MATRONA

Para matronas



Amapola
MATRONA

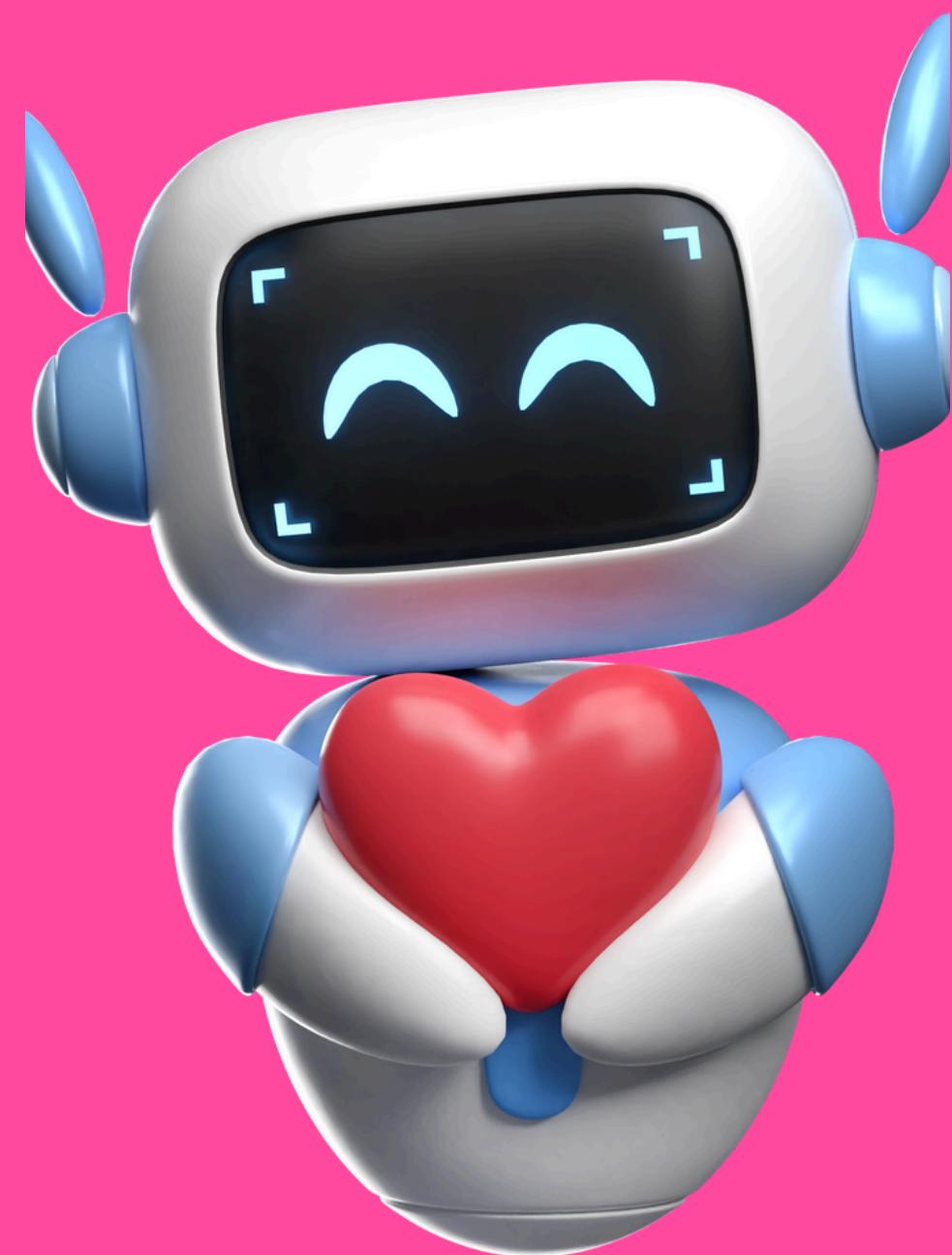


CONTENIDOS

- 1 **Conceptos clave del marketing digital.**
- 2 **Define a tu *paciente soñada*.**
- 3 **Contenido Matronil Estratégico (CME)**



MARKETING DIGITAL



El marketing es una disciplina que engloba todas **las actividades, estrategias y técnicas utilizadas por las empresas y organizaciones para identificar, crear y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.** Su objetivo principal es atraer, retener y fidelizar a los clientes, y, en última instancia, aumentar las ventas y la rentabilidad.



Amapola
MATRONA



“El **marketing** no es solo una herramienta de ventas, **es una forma de conectar con las personas, de entender sus necesidades y de ofrecerles soluciones que mejoren sus vidas.**

Es un puente entre lo que ofrecemos y lo que ellos buscan, una manera de hacerles saber que estamos aquí para ayudarlos.”



MARCA PERSONAL



Es la **huella que dejas en los demás** y cómo te perciben en relación a tus habilidades, conocimientos y valores. Es el conjunto de atributos y características que te **diferencian de los demás** y te hacen única en tu ámbito profesional.



ACTIVIDAD

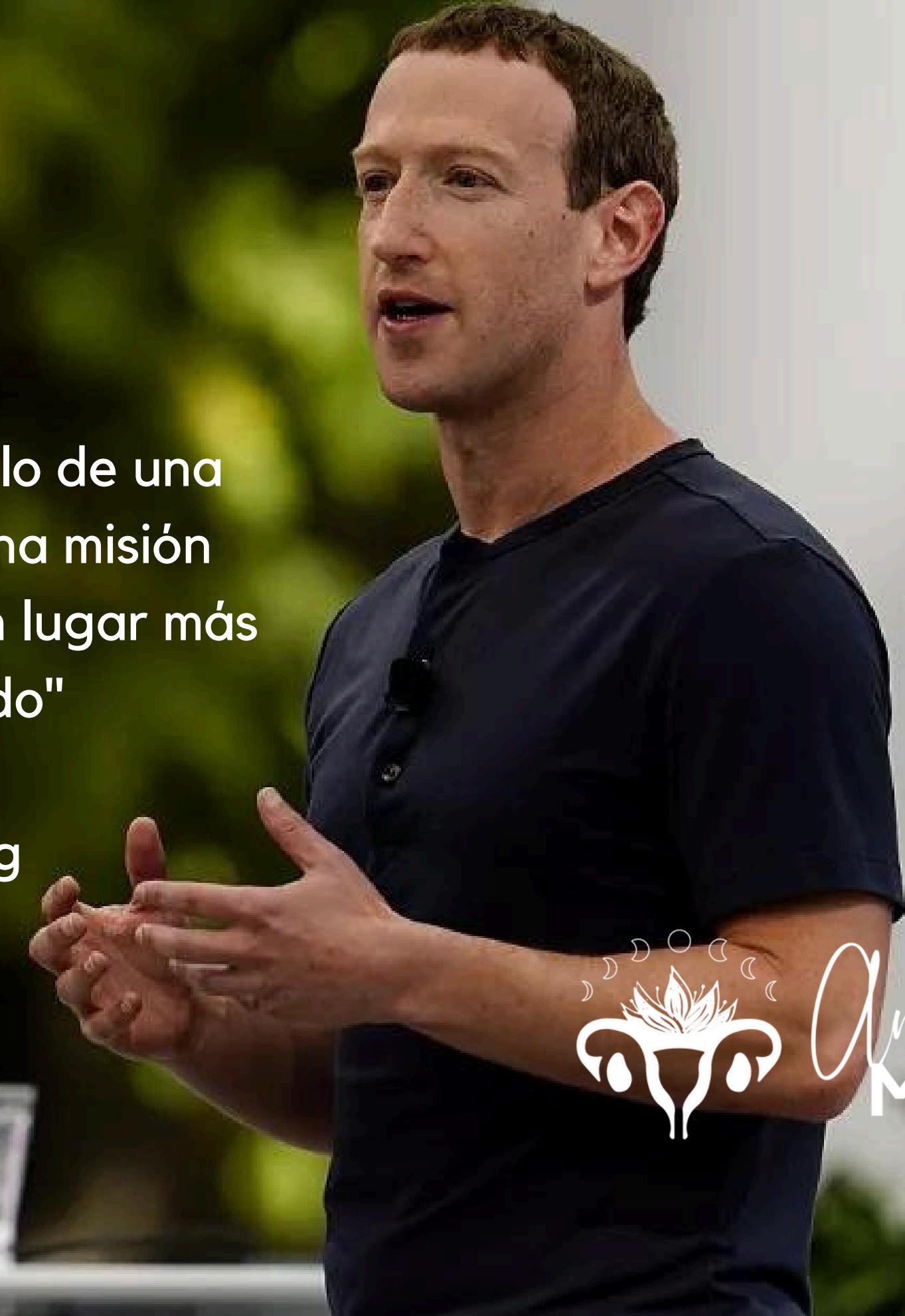
Define cómo quieres ser reconocida y establece tu diferencial.

REDES SOCIALES

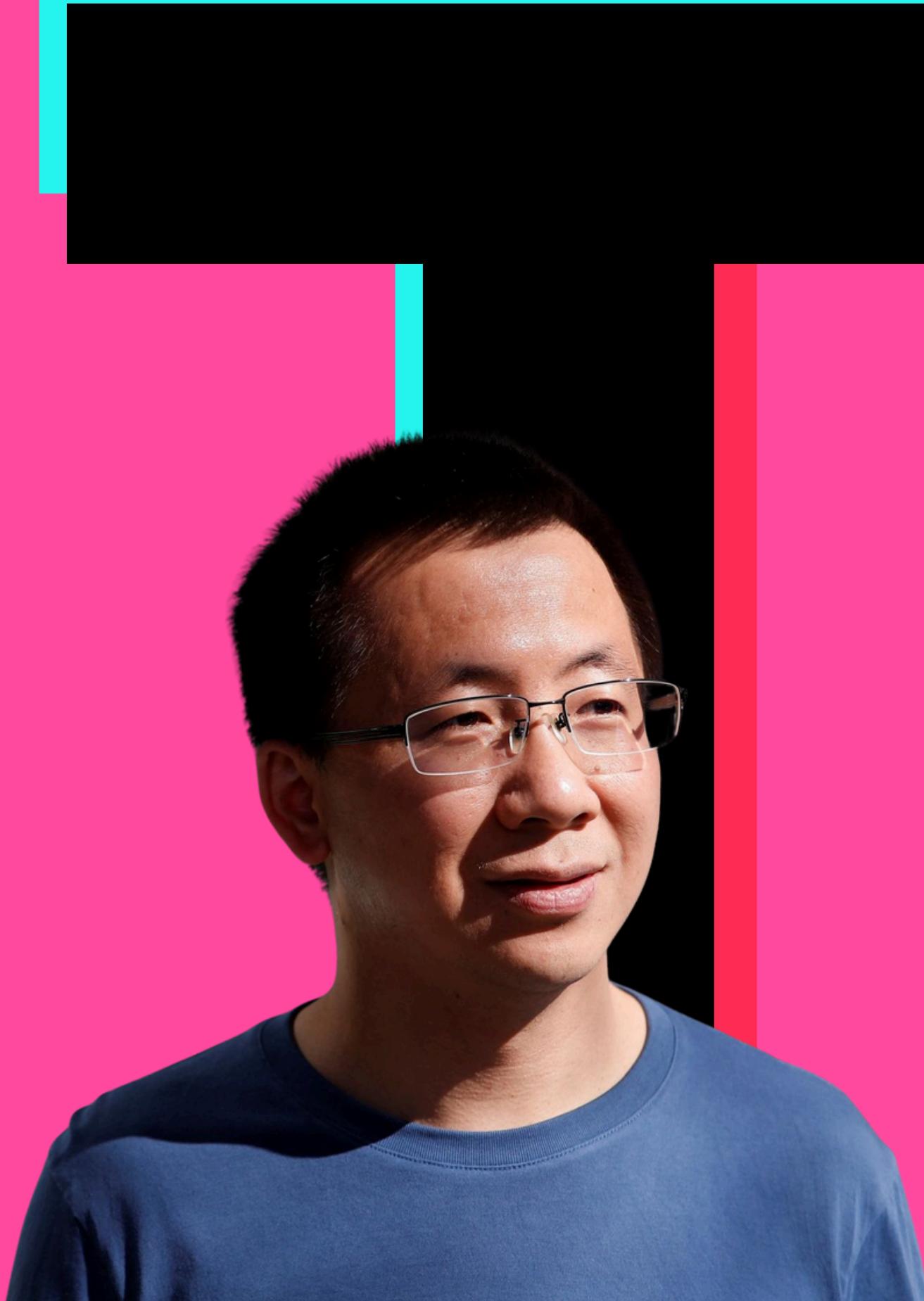


"Facebook no se trata solo de una
compañía. Se trata de una misión
social: hacer del mundo un lugar más
abierto y conectado"

Mark Zuckerberg



Amapola
MATRONA



Zhang Yiming

La intención detrás de **TikTok** es proporcionar una plataforma donde las personas puedan expresarse de manera creativa, descubrir **contenido entretenido** y conectarse con una audiencia global.



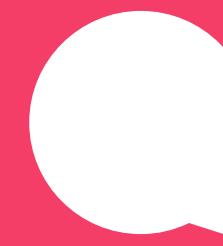


Instagram es sobre capturar y compartir los momentos del mundo. Se trata de **ver y experimentar el mundo a través de los ojos de otras personas.**



Kevin Systrom y Mike Krieger





97



222



55

¿CÓMO ES TU RELACIÓN
CON INSTAGRAM?



Amapola
MATRONA



ADAM MOSSERI
A CREATOR-LED INTERNET, BUILT ON BLOCKCHAIN

TED



**INSTAGRAM NO SE TRATA DE TI,
SE TRATA DE LO QUE TU HACES
PARA SATISFACER LAS
NECESIDADES DE TU COMUNIDAD.**

ACTIVIDAD



¿Qué es lo que **MEJOR** haces por tu comunidad?

¿Con qué “tipo de persona” de tu comunidad deseas trabajar?

DEFINE TU PACIENTE SOÑADA

- ¿Qué nombre le pondrás a tu paciente soñada?
- ¿Qué género tiene?
- Rango etario
- Trabajo
- Ingresos promedio
- Estado civil
- ¿Tiene hijos?



Amapola
MATRONA

DEFINE TU PACIENTE SOÑADA

- ¿Qué características personales tiene?
- ¿Qué contenido ve?
- ¿Qué es lo que quiere?
- ¿Qué le dice su entorno (familia, amigos, colegas, pareja, etc)?
- ¿Qué quiere cambiar de su vida?



Amapola
MATRONA

DEFINE TU PACIENTE SOÑADA

- **Describe 3 problemas/situaciones específicas. (Punto A)**
- ¿Por qué te necesita? ¿Cómo se siente ahora? ¿Qué le molesta ahora? ¿Por qué no puede resolver sola ese problema? ¿Qué le falta? ¿Qué está haciendo para resolverlo que tu sabes que no funciona? ¿Qué miedo u obstáculos se le presentan? ¿Qué consecuencias tendrá si continua así? ¿En qué recetas mágicas cree?



Amapola
MATRONA

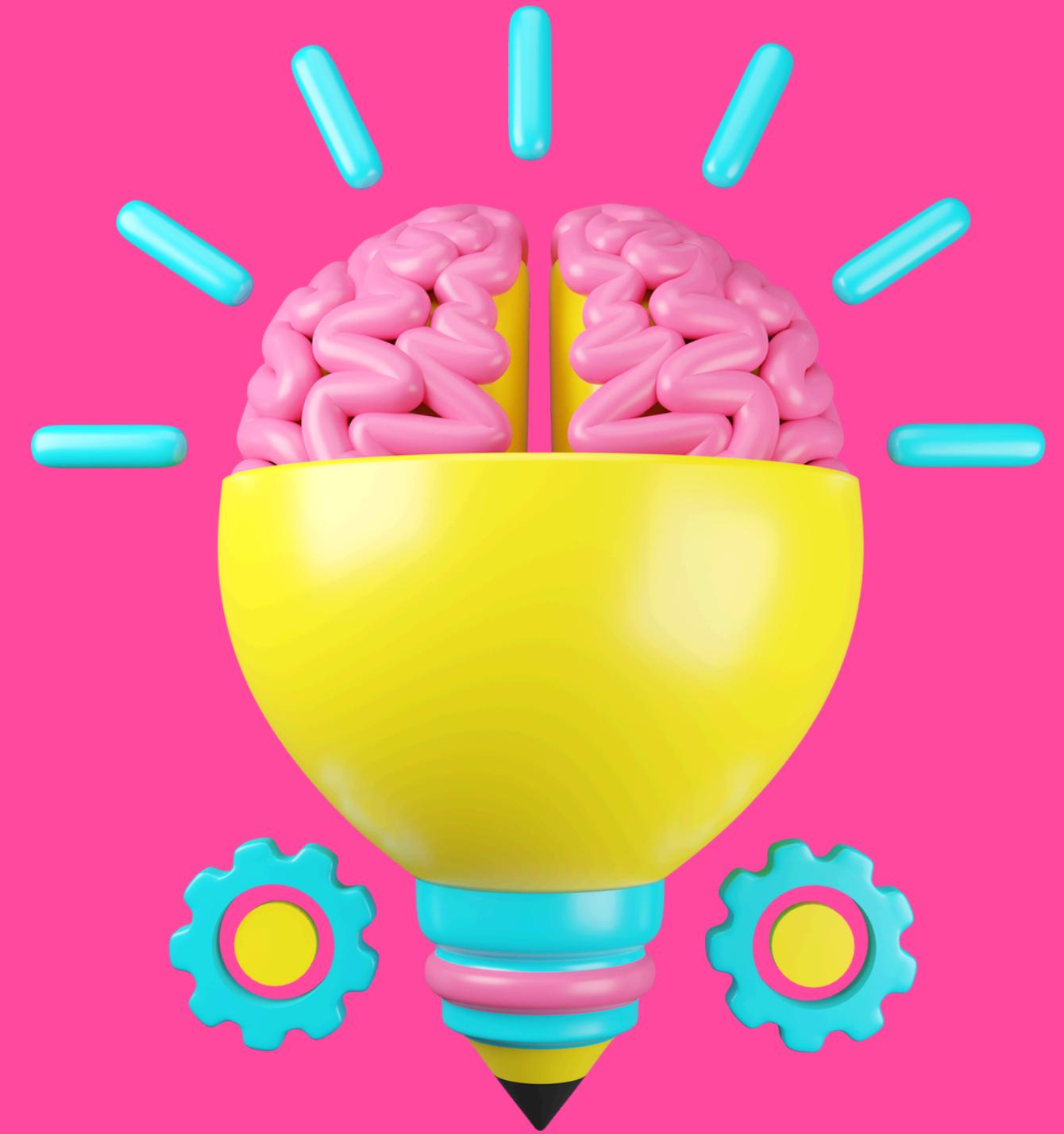
DEFINE TU PACIENTE SOÑADA

- **Describe 3 sueños/metas u objetivos específicos. (Punto B)**
- ¿Qué resultados específicos tendrá después de trabajar contigo? ¿Qué logrará? ¿Cómo se sentirá después de solucionar el problema? ¿Qué emociones desea sentir? ¿Cómo cambiará su vida a corto y largo plazo?



Amapola
MATRONA

**¿DE QUÉ FORMA TUS
SERVICIOS (LO QUE TU
HACES) RESUELVEN
LOS PROBLEMAS DE TU
PACIENTE SOÑADA Y LE
AYUDAN A ALCANZAR
SUS OBJETIVOS?**



DISEÑA TUS SERVICIOS DE
TAL FORMA, QUE SEAN
IRRESISTIBLES PARA TU
PACIENTE SOÑADA.



Amapola
MATRONA



ATTRÉVETE A
COMUNICAR EL
VALOR* DE TUS
SERVICIOS A TU
PACIENTE SOÑADA.



*Precio es lo que la paciente **paga**.

***Valor** es lo que recibe a cambio.

VALOR

El valor es la **percepción** que el cliente tiene sobre la utilidad, beneficios y satisfacción que obtiene al adquirir un producto o servicio.

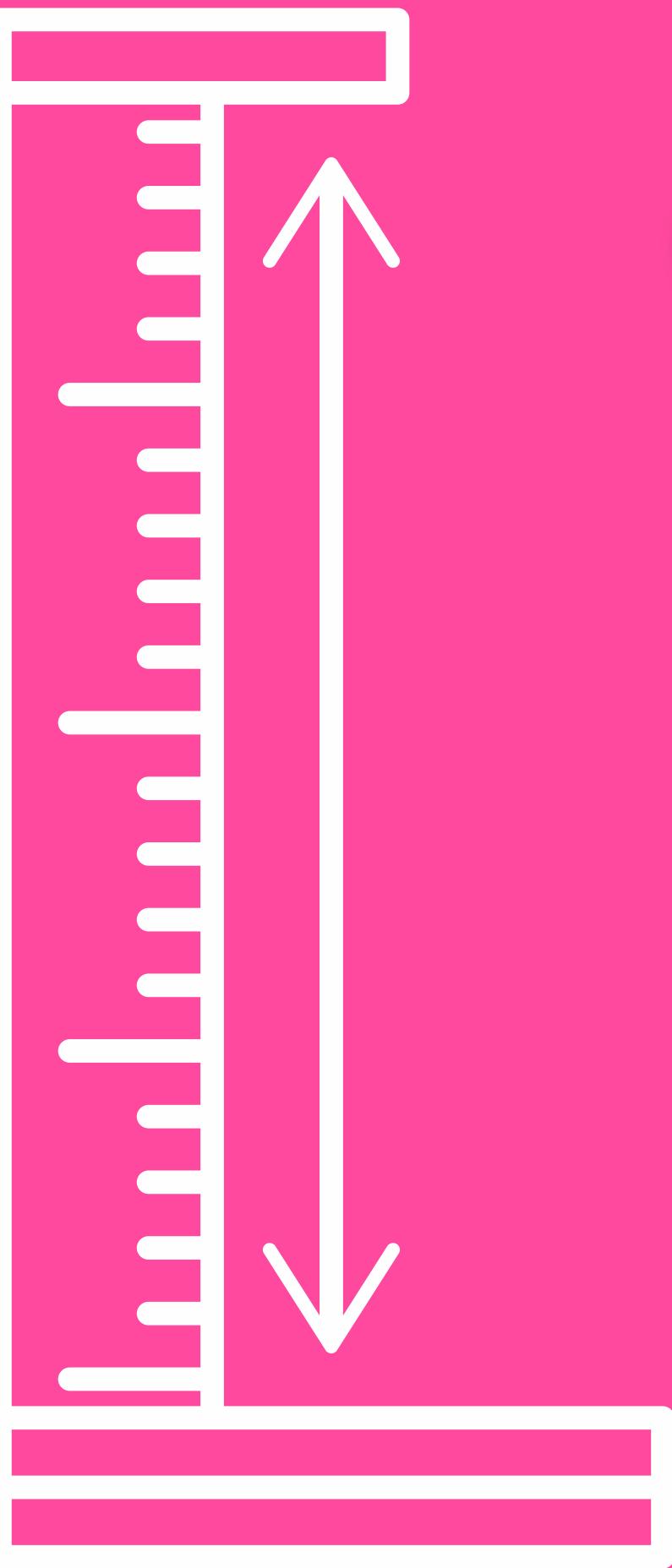


PRECIO

El precio es la **cantidad de dinero** que un cliente paga para adquirir un producto o servicio.



Amapola
MATRONA



VALOR (EL TRIPLE)

PRECIO





COMUNICA EL
VALOR DE TUS
SERVICIOS A TU
PACIENTE SOÑADA
A TRAVÉS DE TU
CONTENIDO EN
RRSS.

**VENDO
SERVICIOS
INCREÍBLES QUE
AYUDAN A LAS
PERSONAS.**

**TENGO LA
VALIDACIÓN
ACADEMICA Y
SOCIAL PARA DECIR
LO QUE QUIERO.**

Contenido
Matronil
Estratégico



NO ES CME:



EL CONTENIDO QUE TE POSICIONA
COMO UNA MATRONA WIKIPEDIA.



EL CONTENIDO QUE ATRAЕ A PERSONAS
QUE BUSCAN COSAS GRATIS. (DAR TIPS)



EL CONTENIDO QUE ATRAЕ A PERSONAS
QUE NO VALORAN TU TRABAJO, ESTUDIOS
Y TIEMPO.



EL CONTENIDO QUE BUSCA CONECTAR
CON TODAS LAS PERSONAS.

SI ES CME:



- ✓ EL CONTENIDO QUE PROPORCIONA CONOCIMIENTO VALIOSO Y ESPECIALIZADO, BASADO EN TUS ESTUDIOS Y TU EXPERIENCIA PROFESIONAL PERSONAL.
- ✓ VIDEOS O POSTS QUE DEMUESTRAN TU EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS AVANZADOS, POSICIONÁNDOTE COMO UNA AUTORIDAD EN TU ÁREA.
- ✓ CONTENIDOS QUE DESTACAN LA IMPORTANCIA Y EL VALOR DE TU TRABAJO, TUS ESTUDIOS Y TU TIEMPO, Y QUE ATRAEN A PERSONAS DISPUESTAS A INVERTIR EN TUS SERVICIOS.

SI ES CME:



EL CONTENIDO DIRIGIDO A UN PÚBLICO ESPECÍFICO QUE REALMENTE NECESITA Y VALORA TUS SERVICIOS.



PUBLICACIONES QUE MUESTRAN LOS SERVICIOS QUE OFRECES, TESTIMONIOS DE CLIENTES SATISFECHOS, CASOS DE ÉXITO Y LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON UNA MATRONA COMO TÚ.



CONTENIDOS QUE DESTACAN LA IMPORTANCIA Y EL VALOR DE TU TRABAJO, TUS ESTUDIOS Y TU TIEMPO, Y QUE ATRAEN A PERSONAS DISPUESTAS A INVERTIR EN TUS SERVICIOS.

SI ES CME:



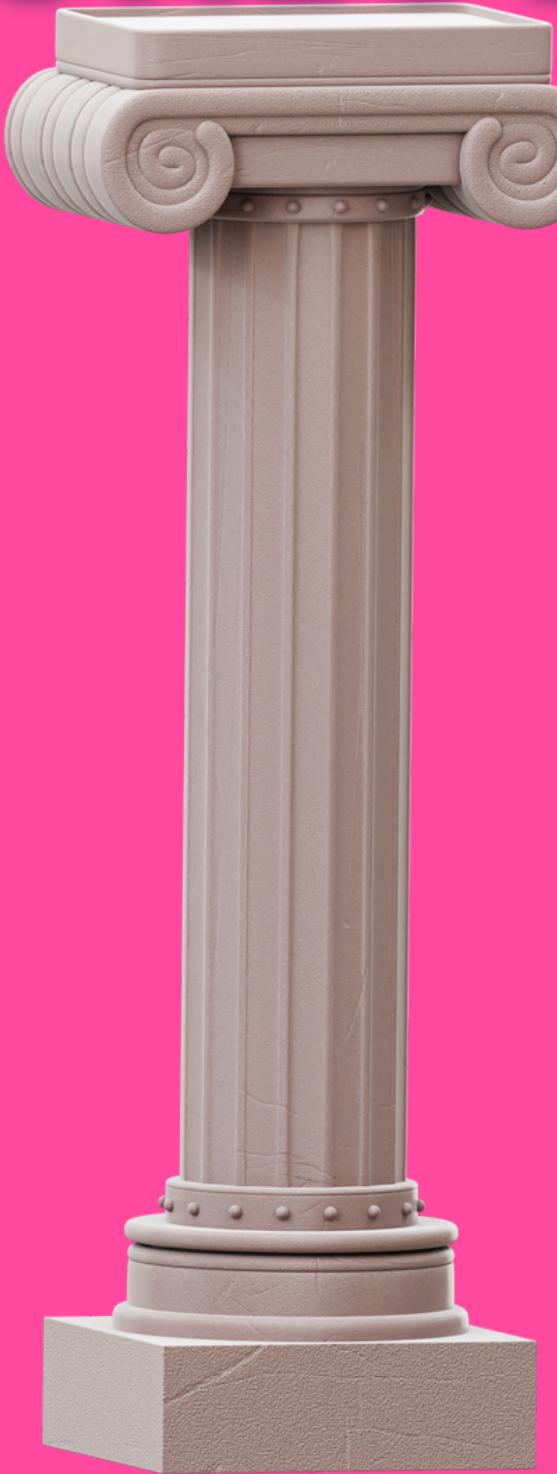
CONTENIDO QUE FOMENTA LA INTERACCIÓN GENUINA CON TU AUDIENCIA, COMO SESIONES DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS, EN VIVOS Y STORYTIME.



PUBLICACIONES QUE MUESTRAN LOS SERVICIOS QUE OFRECES, TESTIMONIOS DE CLIENTAS SATISFECHAS, CASOS DE ÉXITO Y LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON UNA MATRONA COMO TÚ.

En resumen, el **CME** sería contenido que no solo informa, sino que también **demuestra tu experiencia, atrae a un público que valora y respeta tu trabajo** y que está **dispuesto a invertir en tus servicios.**

CONECTA



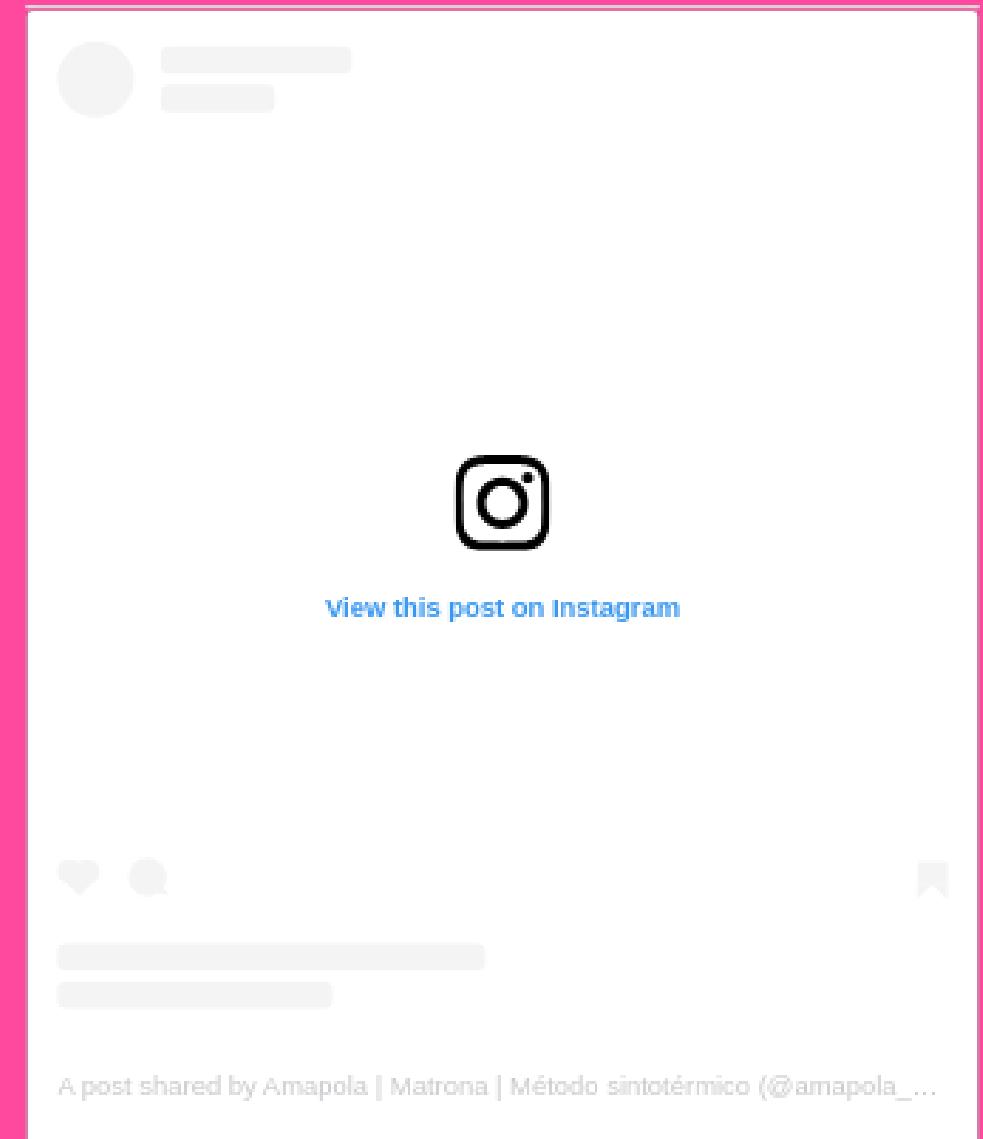
**COMUNICA UNA
TRANSFORMACIÓN**



**LLAMA A LA
ACCIÓN**



CONECTA



STORYTELLING

¿Cómo contar una buena historia?

MENSAJE

+

HISTORIA

La fórmula más
utilizada en
storytelling:
AIDA

- Hablar desde la experiencia personal.
- Crear tu historia de marca personal.
- Empatiza, habla de emociones, ¿Qué te gustaría que sintiera la persona que ve tu contenido?
- Cuanto des ejemplos que sea tu cliente soñada.
- Comunica transformación, pasar de punto A a B.

COMUNICA UNA TRANSFORMACIÓN

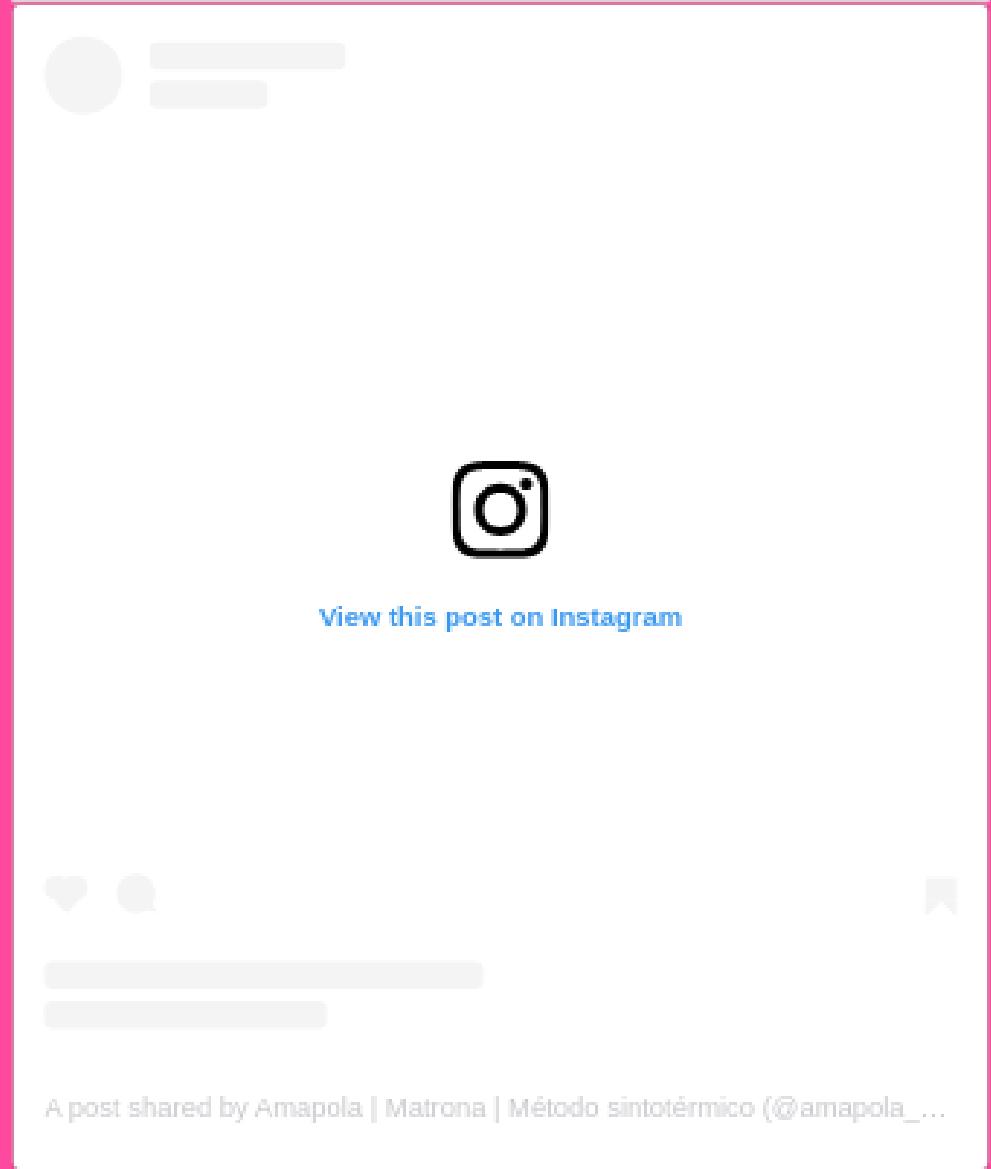
a



NECESIDAD,
PROBLEMA O
SITUACIÓN.

B

OBJETIVO, SUEÑO,
DESEO O META.



LLAMA A LA ACCIÓN



- ✓ ENVÍAME UN MENSAJE
- ✓ DEJA TU OPINIÓN EN COMENTARIO
- ✓ RESPONDE ESTA HISTORIA
- ✓ VISITA MI LINK
- ✓ VISITA MI PÁGINA WEB
- ✓ RESPONDE A PALABRA CLAVE Y YO TE ENVÍO ALGO. (MANYCHAT *)

• PLATAFORMA DE MARKETING DIGITAL EN FORMATO MENSAJE.

PASO A PASO PARA CREAR CME:



**NO DIGAS LO QUE DICEN TODAS,
CAMBIA EL FOCO.**

¿Qué mensaje quiero que se lleve la persona que lo vea?

PASO A PASO PARA CREAR CME:



ELIGE UN TÍTULO LLAMATIVO

Ejemplos :

Te mintieron si te dijeron esto...

No cometas este error...

Esto me cambió la vida...

PASO A PASO PARA CREAR CME:

3

QUE TENGA TU OPINIÓN.

CUANDO QUIERAS HABLAR DE UN TEMA
PRIMERO ESCRIBE TU OPINIÓN AL
RESPECTO.

PASO A PASO PARA CREAR CME:



EXPLICALE QUÉ TIENE QUE HACER PARA SALIR DEL PUNTO A Y PASAR AL PUNTO B, Y “POR QUÉ” ES IMPORTANTE.

NO DES EL “CÓMO” GRATIS, ESO ES POR LO QUE LAS PERSONAS VAN A PAGARTE.

PASO A PASO PARA CREAR CME:



SIEMPRE PON UN CTA AL FINAL

CME EDUCATIVO

- ✓ NOVEDADES CIENTÍFICAS,
TECNOLÓGICAS, ETC
- ✓ PREGUNTAS FRECUENTES.
- ✓ CONCEPTOS BÁSICOS QUE NECESA
NTENDER PARA DESEAR TUS SERVICIOS.
- ✓ TIPS ESTRATÉGICOS QUE LE HAGAN
SABER QUE TU LAS PUEDES AYUDAR.

CME DIFERENCIACIÓN

- ✓ DA TU OPINIÓN SOBRE TEMAS POLÉMICOS.
- ✓ DA TU PUNTO DE VISTA.
- ✓ HABLA SOBRE TU EXPERIENCIA, ERRORES, DESAFIÓS, NO NEGOCIABLES.
- ✓ ROMPE MITOS.

CME MARKETING



CONTENIDO DE VENTA DIRECTA.



LANZAMIENTOS.

Gracias por



su atención.