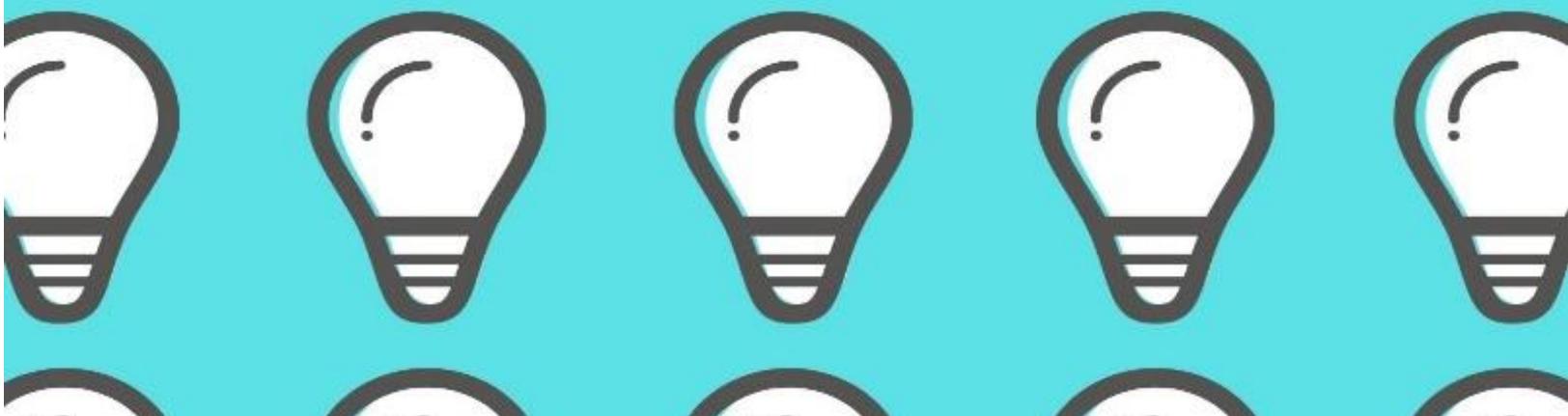


JUAN CARLOS HOYOS CASTRO

# **CREATOR HYGGE**

Un metodo efectivo



**Trabajo de grado:**

**Creator Hygge**

Juan Carlos Hoyos Castro

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Comercio Exterior

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica De Oriente

**Notas del autor**

Juan Carlos Hoyos Castro, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica De Oriente –

Rionegro, Programa de Comercio Exterior.

Este trabajo fue realizado con la asesoría y corrección de estilo de la docente Liliana Ceballos, de

la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica De Oriente.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	8
2. DICCIONARIO DE CONTENIDOS.....	9
<input type="checkbox"/> AIDA: .....	9
<input type="checkbox"/> B2B:.....	9
<input type="checkbox"/> B2C:.....	9
<input type="checkbox"/> CPA (coste por adquisición):.....	9
<input type="checkbox"/> CTA (llamada a la acción):.....	9
<input type="checkbox"/> Facebook:.....	9
<input type="checkbox"/> Formato:.....	9
<input type="checkbox"/> Hashtag: .....	9
<input type="checkbox"/> KPI (Indicador clave de rendimiento): .....	9
<input type="checkbox"/> Landing page: .....	9
<input type="checkbox"/> Lead: .....	10
<input type="checkbox"/> Lead magnet: .....	10
<input type="checkbox"/> Objetivo: .....	10
<input type="checkbox"/> Ranking:.....	10
<input type="checkbox"/> Red social: .....	10
<input type="checkbox"/> Segmentación: .....	10
<input type="checkbox"/> Servidor de anuncios o Ads:.....	10
3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ENTORNO ACTUAL .....	11
3.1 Como hacer marketing digital y publicidad gratis por primera vez .....	12

4. CONSTRUYAMOS UN PERFIL JUNTOS.....	16
<input type="checkbox"/> Identificar la idea que llevas a cabo.....	17
<input type="checkbox"/> Debe de ser un nicho que presente una demanda por el mercado .....	17
<input type="checkbox"/> Te tiene que apasionar .....	17
<input type="checkbox"/> La historia es lo que vende .....	18
4.1 Encuentra tu audiencia.....	18
4.2 Posicionamiento.....	18
4.3 Beneficios que obtenemos al posicionarnos bien .....	22
4.4 ¿Cómo elegir tu nicho?.....	23
4.5 Ejercicio.....	24
4.6 People, problem, promise .....	24
5. BRANDING EN REDES SOCIALES.....	25
5.1 ¿Qué es el Branding?.....	25
5.2 ¿Qué debo de tener en cuenta a la hora de hacer branding en mis redes sociales? .....	26
<input type="checkbox"/> Nombre de usuario: .....	26
<input type="checkbox"/> Contenido: .....	26
<input type="checkbox"/> Highlights:.....	26
6. HISTORIA .....	26
6.1 Actividad escribe tu historia .....	27
6.2 Tareas.....	27
7. LA FÓRMULA SECRETA .....	28
¡¡Instagram y Tik Tok es lo único que necesitas para embolsarte muchas comisiones constantemente!!.....	30

Formula F+A=CH .....	30
¿Qué es eso de F+A = CH? .....	32
8. ALCANCE.....	33
8.1 Regla número 1 – Perfil Atractivo.....	34
9. BIOGRAFÍA .....	35
<input type="checkbox"/> Usa emojis .....	37
<input type="checkbox"/> Usa hashtag de marca .....	37
<input type="checkbox"/> Usa varias BIO´S .....	38
10. IMAGEN DE PERFIL LOGO .....	38
10.1 Tips:.....	39
10.2 Nombre de perfil.....	39
10.3 Historias destacadas.....	40
10.4 Regla número 2- nicho perfecto .....	42
2 opciones .....	44
Todo lo que signifique una pasión para la gente es un buen nicho .....	46
10.5 Regla número 3- sigue siempre la formula.....	47
11. EL SECRETO PARA GENERAR MILES DE SEGUIDORES .....	48
11.1 Hackea Instagram .....	49
11.2 ¿Por qué no debemos seguir y dejar de seguir a personas? (follow/ unfollow) .....	50
11.3 Si sigues a miles de personas nadie te creará. ....	52
12. ESTO ES LO MÁS IMPORTANTE Y EN LO QUE TE DEBES ENFOCAR.....	53
13. PILARES FUNDAMENTALES LA FÓRMULA VCH.....	54
13.1 Formula VCH .....	55

14.	EL PLAN PARA MONETIZAR.....	55
14.1	Colaborando con marcas .....	56
14.2	Concursos .....	56
14.3	Desarrollando E-BOOK o Cursos .....	57
14.4	Vendiendo productos propios .....	57
15.	ESTOS FUERON LOS PASOS QUE SEGUÍ.....	58
16.	CONCLUSIONES.....	60
17.	BIBLIOGRAFÍAS.....	61

**TABLA DE ILUSTRACIONES**

<b>Ilustración 1</b> Estadísticas red social Instagram.....	14
<b>Ilustración 2</b> Rentabilidad aproximada.....	15
<b>Ilustración 3</b> Khaby Labe .....	20
<b>Ilustración 4</b> Nusret .....	20
<b>Ilustración 5</b> Escalera de valor .....	21
<b>Ilustración 6</b> Brand & Influence.....	22
<b>Ilustración 7</b> Funcionamiento algoritmos de redes sociales .....	23
<b>Ilustración 8</b> I Help People to Solve Problem.....	24
<b>Ilustración 9</b> Crecimiento de Instagram .....	29
<b>Ilustración 10</b> Crecimiento de Tik Tok .....	30
<b>Ilustración 11</b> Alcance que puede tener una cuenta de red social .....	31
<b>Ilustración 12</b> Información en una biografía .....	36
<b>Ilustración 13</b> Ejemplo de una página .....	36
<b>Ilustración 14</b> Ejemplos de Logotipo .....	38
<b>Ilustración 15</b> Ejemplo Perfil de Red Social .....	40
<b>Ilustración 16</b> Ejemplo de historias destacadas.....	41
<b>Ilustración 17</b> Los 3 mercados principales y sub-mercados.....	43
<b>Ilustración 18</b> Como funciona el algoritmo de Instagram.....	54

## 1. INTRODUCCIÓN

Estás en una cueva, sin escape. Y encuentras un baúl y en él encuentras unos palos, un martillo y unos clavos, pero no sabes hacer escaleras. Eso es lo que es Creator Hygge un manual práctico que brinda los materiales necesarios y te enseña a crear una salida a la libertad, y encontrarte así con la otra cara de la moneda. En este lado tienes el control de tus redes sociales y conoces y entiendes los secretos detrás de ella para obtener un mayor crecimiento que sería igual a más ventas

La riqueza hoy en día está en la información. Así que quiero darte la enhorabuena por haberte decidido a mejorar tu educación y a informarte. Antes de que llegara el internet y los negocios convencionales, la riqueza dependía de las tierras que tenías; era la única forma en la que se podía generar riqueza. Cuando llega la era industrial, en este momento la riqueza estaba en el capital que generaban las industrias.

Hoy en día estamos en la era digital y la riqueza está ligada al conocimiento y a la información. En pleno 2022 no necesitas de grandes terrenos ni tampoco tener mucho capital para iniciar un negocio exitoso. Hoy simplemente con conocimiento e información puedes construir tu propio imperio online. Hoy en día se premia la constancia y el valor para confiar en ti y en tus conocimientos para formar una empresa.

No tienes la necesidad de tener una tienda física en tu ciudad, tampoco es necesario que tengas stock para almacenar productos y mucho menos necesitas miles de empleados para producir cantidades inmensas de dinero. Esto nadie se lo hubiese imaginado hace 20 años.

## 2. DICCIONARIO DE CONTENIDOS

- **AIDA:** Técnica tradicional del proceso secuencial de las ventas, donde A es Atención, I Interés, D Deseo y A Acción.
- **B2B:** Business to Business. Se refiere a las transacciones económicas o las relaciones efectuadas entre empresas. Empresa a empresa.
- **B2C:** Business to Consumer. Comercio de las empresas con el cliente final
- **CPA (coste por adquisición):** Es el costo que está dispuesto a pagar para obtener un objetivo de conversión.
- **CTA (llamada a la acción):** Es un mensaje que hace que el cliente tome una determinada acción, se suele usar en medios digitales para hacer que las personas se suscriban o vean algo.
- **Facebook:** La actual red social con más seguidores en todo el mundo cuenta con más de 600 millones
- **Formato:** Temas técnicos de un soporte publicitario.
- **Hashtag:** Se utiliza para destacar o resaltar temas en las redes sociales nace del inglés hash, almohadilla, y tag, etiqueta.
- **KPI (Indicador clave de rendimiento):** medida de rendimiento que se utiliza para demostrar la eficacia con la que un proyecto.
- **Landing page:** Pagina web principal a la que aterrizan las personas.

- **Lead:** Es una persona la cual deajo sus datos en alguna página web de tu autoría y está en tu base de datos ese es un Lead datos de una persona.
- **Lead magnet:** Contenido gratuito que se utiliza para atraer leads, guardarlos y luego ofrecerles algo.
- **Objetivo:** Logres a los que se pueden llegar.
- **Ranking:** Tabla de contenido donde se ordena un grupo de personas u objetivos mostrando el mejor desempeño y peor desempeño.
- **Red social:** Entorno virtual donde las personas se relacionen e intercambian información.
- **Segmentación:** método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos.
- **Servidor de anuncios o Ads:** Software, página o servicio que permite administrar la publicidad en Internet.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ENTORNO ACTUAL

*¿Quién se podría haber imaginado que Uber, la compañía más grande de transporte no iba a tener vehículos? ¿Quién se imaginaría que Airbnb, la compañía más grande de alojamientos no tendría ni un solo hotel?*

Alibaba es la compañía más grande de comercio en el mundo y no tiene stock. *¿Entiendes ahora porque la era industrial se ha acabado?*

Hace 30 años fue el Boom de la era industrial, pero ahora es historia. Ha llegado la era digital, y si no te adaptas, estás perdiendo una oportunidad irrepetible. Por ejemplo, Netflix tiene más películas que cualquier cine de cualquier ciudad del mundo y no tienes que salir de casa.

Antes para hacer cierres de negocios las personas se tenían que reunir en un café o en un punto de encuentro para encontrarse físicamente. Actualmente, plataformas como Zoom o Skype están facilitando que miles de ejecutivos y empresarios cierran tratos desde su casa y a miles de kilómetros de distancia. Pasamos por una pandemia así que no es sorpresa. Si tú estás esperando a que la vieja economía regrese, déjame decirte que estás cometiendo un grave error, ya que estás viviendo en un mundo que no existirá más.

Internet fue lo que cambió el mundo. A raíz de ahí han surgido herramientas digitales, aplicaciones y la 8ª Maravilla del Mundo, las redes sociales. Parece ser que muy pocas personas en este mundo se han dado cuenta de las ventajas que tiene formar un sistema para vender cualquier producto o cualquier servicio. Ahora mismo solo te voy a dar una, ya que quiero que descubras por tus propios méritos la infinidad de razones por las que debes vender cualquier cosa excepto tu tiempo.

La razón principal por la que es mejor trabajar para construir un sistema que venda un producto o un servicio es que, si trabajas para una empresa, solo puedes vender 8 horas diarias y tus ingresos nunca podrán ir a más, siempre tendrá un tope. Mientras que con un servicio o producto puedes vender y generar ingresos sin límites, incluso mientras duermes.

**Este e-book fue creado** para todas esas personas que quieran iniciar un negocio realmente increíble en sus tiempos libres, tú eres el encargado de tu horario. Abre muy bien los ojos, presta atención a todo lo que te voy a enseñar y sobre todo confía en ti.

### **3.1 Como hacer marketing digital y publicidad gratis por primera vez**

*Las tres razones por las que Instagram es la “mina de oro” de los emprendedores online para generar tráfico, conseguir clientes potenciales y hacer ventas:*

Antes de empezar, y sumergirse en este mundo, es necesario que entiendas que el concepto de los negocios online es el mismo que el de un negocio tradicional. Con esto me refiero a que un negocio es todo aquello que genera ventas de productos o servicios. Así es cómo ganan dinero los negocios, vendiendo productos y/o servicios. Lo bueno de los negocios online es que puedes empezar hoy mismo a generar ingresos sin tener nada, gracias al marketing online.

Dicho esto, vamos a analizar la “mina de oro” que ha surgido en esta era digital. Obviamente la primera razón por la que Instagram es la “mina de oro” es debido a que la mayoría de emprendedores, su mayor fuente de riqueza es el marketing online; es porque no necesitan invertir dinero en publicidad para llegar a millones de personas y vender productos.

En esta inmensa globalización, tanto emprendedores, como empresarios se han dado cuenta del poder de Instagram, se arrepienten de haber estado quemando todo su dinero al invertir en publicidad. En anuncios de televisión, en radios...En definitiva, se arrepienten de estar invirtiendo su dinero en los medios tradicionales.

Una minoría de empresarios/emprendedores se interesaron por el marketing digital y comenzaron a invertir en publicidad en Facebook, pero el resultado fue el mismo, quemaron todo su dinero en Facebook Ads.

La segunda razón por la que Instagram es de interés para los emprendedores una auténtica “mina de oro” es porque pueden generar ingresos totalmente en piloto automático, porque pueden convertir su Instagram en su máquina de generar ingresos.

Sin duda esto que te acabo de contar es lo mejor que tiene Instagram, y lo que realmente debemos aprovechar si queremos gozar al máximo de la vida, gracias a esta gran oportunidad que se presentó. Instagram brinda la posibilidad de poder llegar a futuros clientes orgánicamente, es tener que pagar.

- ¿Te imaginas que la gente compre todas las cosas que tú tienes para ofrecerles a ellos?
- ¿Te imaginas que las compren sin que tu tengas que gastar ni un sólo dólar en publicidad?

Las siguientes estadísticas corresponden a una única cuenta de Instagram, y lo que todavía es más impresionante es que, estas estadísticas son totalmente naturales, es decir, que no hemos gastado ni un solo dólar para conseguir estos números.

**Ilustración 1** Estadísticas red social Instagram



*Fuente: Extraído de Google, basado en estadísticas de la red social Instagram.*

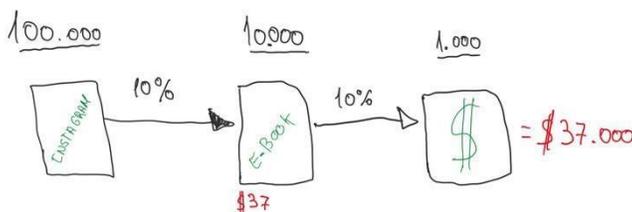
1. Con **Alcance** nos referimos al número de cuentas únicas que han visto nuestra cuenta.
2. Las **Impresiones** son el número de veces que han visto nuestro perfil.

Para entenderlo mejor: Una cuenta única puede ver nuestra cuenta más de una vez. Por ejemplo, imaginemos que en una semana, un usuario (una cuenta) visita 3 veces nuestro perfil. Esas 3 veces se contabilizan en el apartado de impresiones. En cambio en el alcance no habrá variación, aunque visite 1,000 veces nuestro perfil sólo se incrementará el alcance en 1 y las impresiones en 1,000. Por cierto, como puedes ver, estos números solo representan lo que se logró en una semana.

Realmente mi deseo es que te tomes muy en serio este libro. Que tenga un coste muy reducido no significa que sea información desactualizada o no sea información real. Voy a mostrarte con números el poder que tiene esta plataforma. Para que así veas con tus propios ojos el motivo por el que se pasan a Instagram los grandes empresarios y los mejores emprendedores del mundo. Con respecto a la imagen anterior, *¿Puedes ver que en la semana del 2 al 8 de febrero hemos alcanzado más de 400.000 personas?*

Imaginemos la peor situación que se puede dar. Imaginemos que de esas 400.000 personas tan sólo 100.000 personas están dispuestas a comprar. Ahora, de esas 100.000 personas sólo el 10% ven tu oferta. Eso son 10.000 personas. De esas 10.000 personas sólo compra el 10%. Eso son 1.000 personas.

### **Ilustración 2** Rentabilidad aproximada



Fuente: Elaboración propia

Basándose en esta imagen, se observa que podría haber generado miles de dólares en muy poco tiempo, y de forma totalmente pasiva simplemente variando el precio un poco. Pero ese no era mi objetivo; el objetivo es que tú aproveches esta oportunidad, que el precio sea totalmente accesible para ti. *¿Te imaginas la diferencia que habría entre poner este libro por \$100?* De esta forma hubiese generado \$100.000 extremadamente rápido, en tan sólo una semana. *¿Te vas dando cuenta del poder que tiene Instagram?* ¡Imagínate no dejar de aumentar tu alcance nunca!

Algo que siempre quiero recalcar, para que no te engañen nunca, algunas personas están vendiendo “guías mágicas” donde en teoría te dicen que te enseñan a ganar seguidores y ganar dinero utilizando Instagram... *¿Pero sabes qué?* Yo ya avancé en este trabajo por ti; ya he comprado alrededor de 43 productos (tanto cursos como libros, físicos, y e-books) de todas esas personas que prometen un mundo utópico. *¿Por qué los compre?* Porque quería ver qué tipo información están dando y cuál es el valor que aportan a todos esos emprendedores a los que les prometen cambiar su vida. Después de todo eso he llegado a una conclusión y es que estas personas solo buscan lucrarse vendiendo cualquier cosa a todas esas personas que quieren emprender, que tienen sueños y que quieren construir un negocio online real. Dicho todo esto vamos al grano, presta atención a los siguientes capítulos, deja lo que sea que estés haciendo y disfruta.

#### **4. CONSTRUYAMOS UN PERFIL JUNTOS**

*¿Estas empezando desde 0?* Cuando Empezamos en redes sociales probablemente nos topamos con muchos obstáculos dentro, puede ser que no ganemos seguidores con facilidad, o nos cuesta crear un buen contenido, por más que intentamos vender no vendemos nada y llevamos años y los resultados no son tan buenos como podrían llegar a ser, pero *¿Por qué?* Que influye en que todo el proceso que llevamos en este mundo no sea como uno espera, sino que aparente ser muy complejo a lo que puede llegar a ser.

La respuesta es simple porque no tienes los conocimientos que te lleven a esa meta, es como darle herramientas a alguien que no sabe construir una casa probablemente se demorara en crear por lo menos una parte de lo que puede llegar a ser. Así mismo funciona este mundo si te sientes en un hueco sin salida, déjame darte buenas noticias pronto saldrás porque te daré las herramientas para hacerlo, pero ahora solo te daré la primera y es la de construir tu perfil y bien.

*¿Qué necesita un perfil para considerarse bueno en las redes sociales principales?*

- **Identificar la idea que llevas a cabo:** Cuando iniciamos en este mundo esperamos subir cualquier contenido y ¡Listo! Por arte de magia llegan las ventas los seguidores y los me gustas, pero lo cierto es que el mercado o los usuarios en las diferentes redes sociales no compran cualquier idea. Y no cualquier idea puede ser atractivo para estimado público, por eso es importante que definas muy bien tu nicho, y como sé que definir un nicho puede ser tarea compleja te daré una serie de tips que me sirvieron a la hora de elegir el mío.
- **Debe de ser un nicho que presente una demanda por el mercado:** Si lo que buscas con tu idea es materializarla en ventas u otra serie de proyectos es importante que busques algo lo cual algún grupo de personas busques, esto es importante porque de esa manera podrá ir más claro, Por ejemplo si tu nicho es de personalización de cuerno de unicornios probablemente no te valla bien empezando por que no existen los unicornios, entonces por eso es importante eso que siempre elijas uno el cual sepas que por lo menos un 5 % de la población requiere.
- **Te tiene que apasionar:** Lo sé, has escuchado esto una, y otra vez, que siempre debes de hacer lo que dicte tu corazón, y buscar lo que te llene de pasión y creo que piensas que ya se vuelve cliché, pero dale más importancia a esta parte, porque tienes que entender que si a ti no te gusta lo que haces ¿Cómo esperas que a los demás sí? Conocí la historia de una persona la cual fue a un restaurante donde vendían carnes al carbón y cuando el mesero se acerca esta persona le pregunta que cual es su mejor carne y el mesero responde que es vegetariano. Ya te podrás imaginar la propina que le dieron, a lo que quiero llegar es a eso; La primera persona que debe de enamorar lo que haces es a ti.

- **La historia es lo que vende:** Si eres de la vieja escuela sabrás de casos exitosos de empresas que nunca pensaron esto que te estoy contando, realmente fue tan simple como montar algo que la gente necesitaba, y listo comienzan a vender, pero el mundo ha cambiado. Ahora las personas no buscan satisfacer sus necesidades con un simple producto si no que van mucho más allá, buscan comprar historias, emociones, sentimientos, recuerdos y ese debe de ser el enfoque de tu idea que tenga esto, porque no es lo mismo decirte “Te vendo una loción con extractos de rosas”, a decirte “Te vendo una loción la cual fue clave en la liberación femenina en la lucha y reivindicación en sus derechos, una loción la cual les dio el poder y la valentía que buscaban”. Y esta historia que crees debe de estar plasmada en tu perfil de Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok etc. Que las personas cuando vean tu marca no solo vean una organización, sino una marca la cual hace o vende algo, si no que vean una historia, o algo que los llene de pasión.

#### **4.1 Encuentra tu audiencia**

Ya viste una serie de pasos para tener en cuenta en tu marca, y como podría estar estructurada, ahora vamos con algo interesante y es encontrar el nicho, vamos a encontrar tu audiencia.

#### **4.2 Posicionamiento**

El posicionamiento es el espacio que tú ocupas en la mente del consumidor. Por ejemplo, si te digo auto eléctrico tú dirás Tesla, yo me posicione por ejemplo en “Datos curiosos” es más cuando lo buscas en Instagram o Tik Tok te aparezco de primero ya que para mí comunidad soy un referente en esa área. Según David C. Baker, autor de The Business of Expertise dijo "Marketing efectivo se construye en posiciones Inteligentes".

**Aparte de tener un buen posicionamiento debes de tener 6 puntos claves:**

- **PITCH:** Un buen lanzamiento divide a la gente. Atrae a algunos a unirse a ti e invita a otros, pero también hace que otros te odien. Por ejemplo, le traes un producto sobre como rebajar de peso a través de una pastilla, este lanzamiento atraerá gente interesada en este producto, pero también personas que odiaran esto porque sienten que para rebajar hay otras formas mejores que tomar pastillas, pero lo importante con esto es que la polarización bien usada puede ser buena y te puede ayudar a generar más ventas y mejorar ideas. El mejor ejemplo es ver cuando se enfrentan equipos como el Barcelona vs real Madrid, o en las votaciones esta un candidato de izquierda y otro de derecha, siempre al polarizar generamos más expectativas y mayor rating por la emoción que esto genera.
- **POST:** Un buen posicionamiento se basa en crear ideas de contenido. Por ejemplo, una pregunta como ¿Puedes responder a las 20 preguntas más comunes de tu industria con tus ideas? Tu contenido, es capaz de responder a las preguntas que suelen hacer las personas sobre tu tipo de nicho. Por ejemplo, vendes joyería, y yo me pregunto ¿cuál es la diferencia entre acero y acero laminado?, eso como afecta o me beneficia a mí.
- Esto es un breve ejemplo, pero estas preguntas las personas se las hacen y es importante que tus posts las respondan. Tu perfil en cualquier red social o página web siempre debe de responder las preguntas que se hacen las personas con respecto a tu marca.
- **PROFILE:** Tu posición es visible para el público. Según Maya Angelou “Las personas podrán olvidar todo menos como las hagas sentir” La gente sólo puede recordarte por una cosa. Tienes que lograr que ese “algo” te recuerden, siempre lo puedan asimilar con cosas con las que se enfrentan a diario, o con un gesto que genere esa recordación, y como sé que te gustan los ejemplos tengo dos.

- **Khaby Lame:** Tiktokers con alrededor de 100 millones de seguidores, sin duda lo reconocerás por su icónica de mostrar lo obvio, el simplemente genero recordación en las personas con lo obvio, y se hizo tan viral que hasta futbolistas lo usan como Mbappé.

*Ilustración 3 Khaby Lame*



*Fuente: Imagen tomada de Esquire*

- **Nusret:** Otro gran ejemplo de cómo se puede crear algo que te recuerde en este caso un gesto, sin duda a él también lo conoces por ser esa persona que le cocina a famosos y hace el gesto con la sal.

*Ilustración 4 Nusret*



*Fuente: Imagen tomada de Gourmet México de Salt Bae*

- **PRODUCTS:** Después de que entienda a su audiencia, será fácil responder a las preguntas más comunes en un libro, un curso o un servicio personalizado.
- **PREMIUM:** Los expertos bien posicionados tienen un precio Premium, tienen un suministro limitado y están sobre suscritos. Esto hace parte de la escalera de valor, la escalera de valor consiste en:
  - **Cebo:** Se atrae a las personas puede ser con algo de bajo valor o gratuito para que te conozcan
  - **Oferta Mínima:** Aquí le ofrecemos un producto con valor moderado y fácil de adquirir
  - **Oferta Media:** Como las personas ya han adquirido mi cebo, y un producto de los bajos costos que tengo ahora es hora de que conozca algo de mayor calidad, esta “Oferta Media” Consiste en ofrecer algo que genere mayor valor por el que paga
  - **Oferta Premium:** Este es nuestro producto mayor, donde queremos sacar mayor rentabilidad, ya el cliente nos conoce por que paso por nuestra escalera de valor ahora solo tiene confiar una vez más con este nuevo producto.

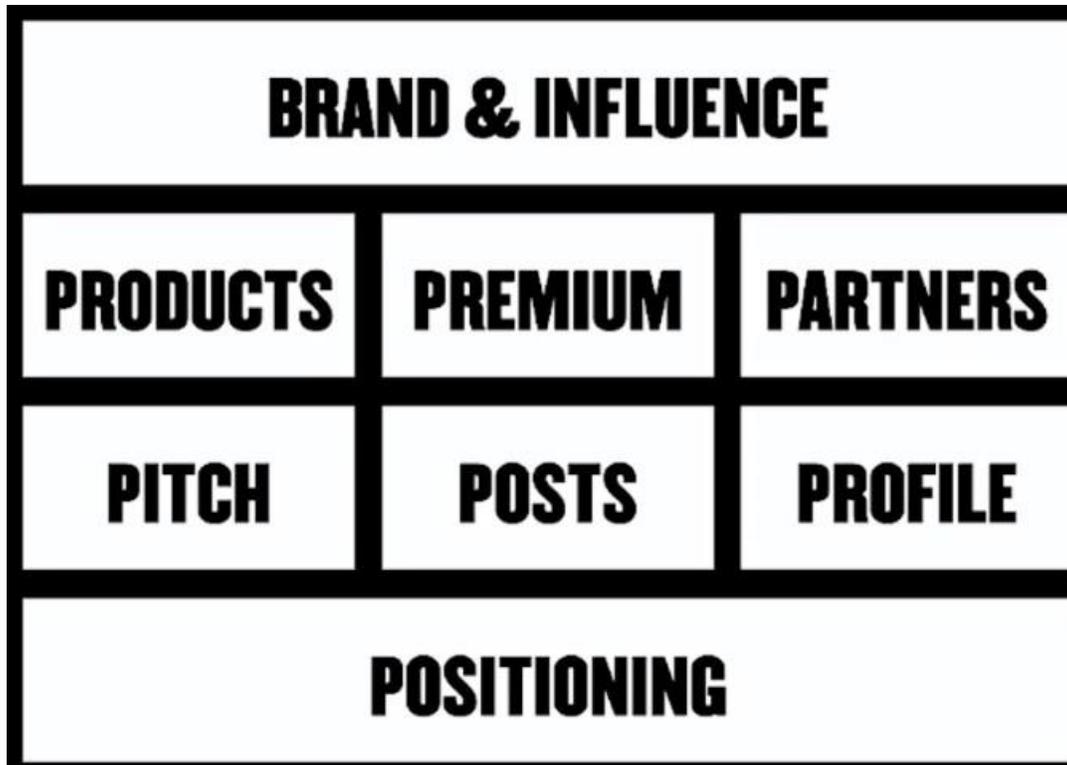
*Ilustración 5 Escalera de valor*



Fuente: Imagen tomada de [Smartermarketingautomation.com](http://Smartermarketingautomation.com)

- **PARTNERS:** Los expertos pueden presentarse fácilmente a sus audiencias, ambos traen algo nuevo a la mesa, y ambos ganan nuevas personas. Siempre es bueno mejorar y cada día saber más sobre industria, busca a personas que sepan más que tú y ellos contribuyan con su granito de arena dentro de este gran mundo.

*Ilustración 6 Brand & Influence*

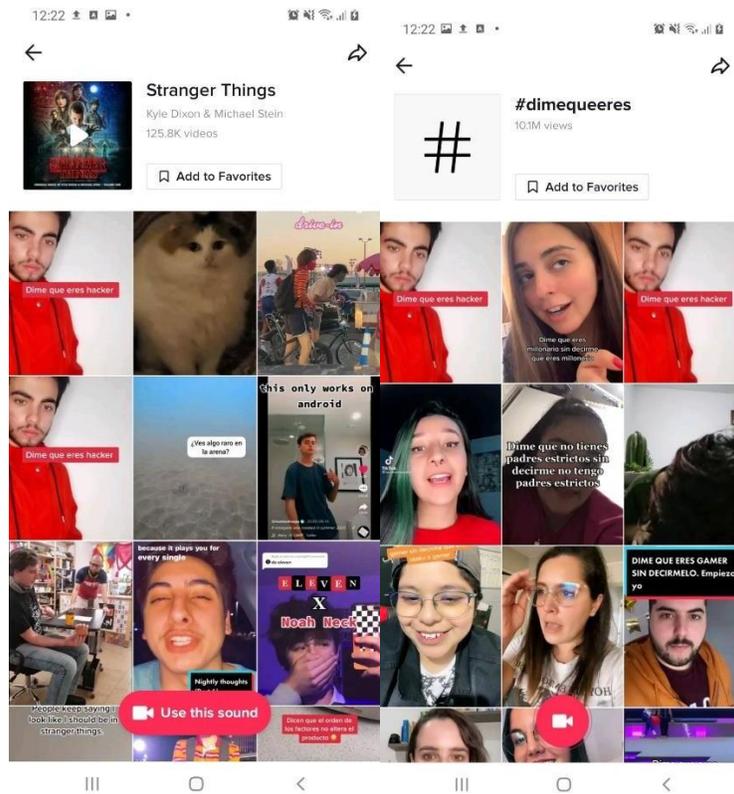


El resultado de todo esto es una marca con influencia masiva todo se construye sobre su posicionamiento.

#### **4.3 Beneficios que obtenemos al posicionarnos bien**

- El algoritmo de las redes sociales nos ayuda a posicionarnos en temas relevantes, y así mostrar nuestro perfil de manera orgánica.
- **Sugest you:** Tendremos la oportunidad de aparecer en el sugest you que en resumen es aparecer en canciones, o hashtags.

**Ilustración 7** Funcionamiento algoritmos de redes sociales



Fuente: captura tomada de una red social

**4.4 ¿Cómo elegir tu nicho?**

Debes de entender esto si tienes una audiencia pequeña, y sientes que no creces:

- 0
- 1
- 10
- 100
- 1000
- 10,000
- 100,000
- 1, 000,000

Cuando empiezas, siempre empiezas por tu círculo de amigos o familiares, y como vemos en la gráfica vemos como es un crecimiento exponencial y cómo vas actuando de manera progresiva:

- Invitando a amigos o familiares a que te sigan.
- Luego Usando el tráfico orgánico a tu favor o pagando pauta.
- Luego de que muchas personas te conocen te empiezan a recomendar; ese es el esquema a la hora de hacer bien las cosas.

#### 4.5 Ejercicio

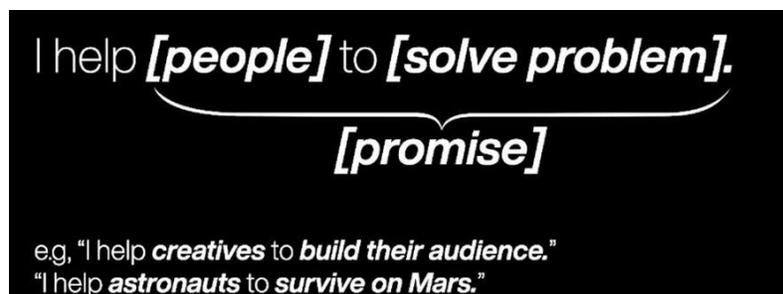
Si pudieras atraer a 10.000 seguidores,

- ¿Quiénes serían?
- ¿Cómo se llamarían a ellos mismos?
- ¿Qué quieren ellos?
- ¿Por qué quieren eso?
- ¿Cuáles son sus creencias fundamentales?
- ¿Cuáles son sus mayores desafíos 7 problemas?
- ¿Dónde quieren ir?
- ¿Cómo puedes ayudarlos a llegar allí?

#### 4.6 People, problem, promise

Para terminar, crearemos una declaración de posicionamiento esto para que sirva como mantra dentro de la marca.

*Ilustración 8 I Help People to Solve Problem*



En esta imagen nos muestran ejemplos de cómo se pueden utilizar, por ejemplo:

- Yo ayudo astronautas para llegar a marte
- Yo ayudo a los creadores de contenido a crear una audiencia

En mi caso, en Full Hygge mi meta es que las personas se diviertan aprendiendo. Si quieres aprender más sobre este tema, te recomiendo estos libros que fueron una clave para alcanzar todo lo que eh logrado.

- **El negocio de la experiencia:** cómo los expertos emprendedores convierten la percepción en impacto + riqueza por David C. Baker.
- **Persona clave de influencia:** el método de cinco pasos para convertirse en una de las personas más valoradas y mejor pagadas de su industria por Kevin Harrington y Daniel Priestley.
- **Esto es marketing:** no te pueden ver hasta que aprendas a ver por Seth Godin.

## 5. BRANDING EN REDES SOCIALES

### 5.1 ¿Qué es el Branding?

Marty Neumeier, autor de The brand gap “La marca es la sensación intuitiva de una persona cuando piensa en un producto, servicio u organización”. El branding es creado por el usuario, sé que el pensamiento común es decir que nosotros “creamos el branding” pero una cosa es crear y otra cosa es generar. Lleguemos al caso de que creaste tu branding, un logo de color azul para “transmitir tranquilidad”, en tu percepción así es el branding de tu empresa, pero las personas en general pueden ver un azul normal, no le encuentran sentido a ese azul. A menos de que tú se lo transmitas y compartas esa emoción, esa emoción se transmite a través del contenido que generas.

## 5.2 ¿Qué debo de tener en cuenta a la hora de hacer branding en mis redes sociales?

El branding sin duda es uno de los principales pilares en nuestras redes sociales. Maso menos debes de tener una idea, ahora mejoremos el branding de tu marca, para esto es importante:

- **Nombre de usuario:** Debe de ser un nombre corto, fácil de escribir, y pronunciar intenta que no tenga guiones o líneas solo letras y números. Esto con el fin de que cuando se lo menciones a las personas se les sea más fácil de encontrarte.
- **Contenido:** Para esto hay todo un capítulo donde lo explico más a profundidad, pero como sé que tienes prisa para crear tu marca en resumen; el contenido que publiques eduque a tu comunidad referente al tema del que trate, por ejemplo si vendes ropa deportiva para pesca explica para que es cada cosa, y que sea contenido de valor, contenido el cual las personas estén aprendiendo de él, y no sea contenido solo de venta, porque recuerda a las personas no les suele gustar que les vendan a menos que les sepa vender.
- **Highlights:** En muchas redes sociales esta la opción de poner destacados, en Instagram en las historias destacadas, en Tik Tok en los videos destacados, y en Facebook en fijar publicaciones, es importante que estos momentos destacados sean las respuestas a las incógnitas de tu audiencia para cuando entren a tu perfil, puedan interiorizar y aprender todo lo que es tu marca sin necesidad de preguntarte.

## 6. HISTORIA

Anteriormente te platique de la importancia de tener una buena historia, pero no te explique cómo desarrollarla, así que es hora de unos breves tips para que tengas en cuenta:

- **La esencia del ser humanos es utilizar las historias para comunicar:** La historia que uses es importante que apele a alguna emoción o un recuerdo compartido con el colectivo para que las personas al saberla puedan sentirse identificadas contigo o inspiradas.

- Como por ejemplo mostrar un anuncio de hamburguesas, poniendo una referencia a alguna película de la infancia como Toy Story; lo que lograras transmitir es nostalgia.
- 
- **Tu historia hace que la gente se relacione, genera simpatía y confianza:** Tu historia siempre debe de generar ese sentimiento que te mencionaba anteriormente, pero ¡ojo! no lo muestres muy visible, hazlo de forma indirecta, las personas sin duda entenderán el mensaje, un ejemplo es alguien que paso de pobre a rico y muestra su proceso realista o vender una crema, y mostrar el cambio del antes y el después de a ver usado el producto, recuerda siempre generar ese realismo para las personas que ven tu información.

### 6.1 Actividad escribe tu historia

Escribe tu historia en 5 frases; intenta que sea fácil de leer y emocionante para las personas que la están viendo. Ahora bien, es importante ser autocríticos a la hora de realizar dicha actividad, así que dejare algunas preguntas a las que tú mismo te puedes responder, y consejos a tener en cuenta:

- ¿Esto es lo más importante?
- ¿El por qué deberían escucharte?
- Haz una lista de todas las cosas que te dan credibilidad Ejemplo (Libros, trabajos, clientes satisfechos).
- Mostrar tus logros.

### 6.2 Tareas

- Crea una base en tu perfil; a esto me refiero, a tu cuenta agregarle los colores que lo identifican, como imaginas tu feed.
- Reescribe tu biografía.

- Evalúa tu foto de perfil.
- Pon un nombre clave de perfil.

## 7. LA FÓRMULA SECRETA

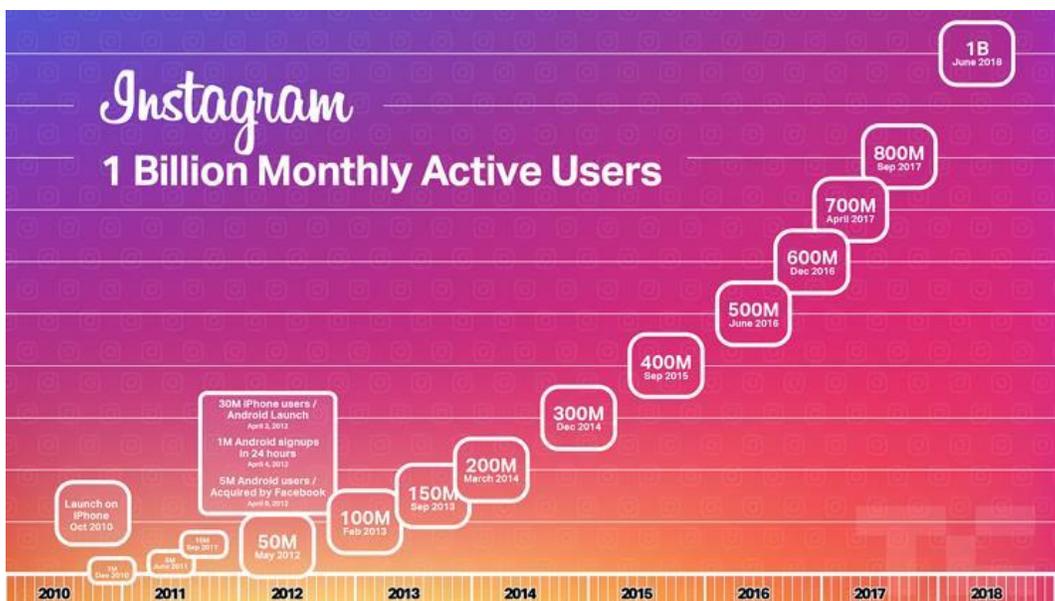
Las 6 razones por las que Instagram y Tik Tok está por encima de cualquier otra plataforma. Aprende cuál es la fórmula secreta “F+A=MM” y como la debes utilizar para hacer realidad el sueño de tener un negocio online rentable trabajando para ti 24/7. *¿Hay algo mejor que Instagram y Tik Tok en 2021 para hacer marketing digital?*

¡La respuesta es no! no hay nada mejor. No hay mejor forma de explicarte el porqué, que mostrándote los datos. Así que ahí vamos con las 6 razones principales por las que Instagram está por encima de cualquier otra plataforma según Backlinko:

- Instagram ha superado ya el 1 billón de usuarios, y Tik Tok los 800 millones.
- El 80% de los usuarios en Instagram o Tik Tok siguen por lo menos a una marca, eso significa que tú tienes que ser una marca, no una simple página del montón.
- Más de 600.000 millones de usuarios usan Instagram Stories cada día. De hecho, hoy en día las personas pasan más tiempo en las Stories que en el feed (tablón). ¿Puedes ver el poder de esto para promocionar tus productos?
- Instagram y Tik Tok es la plataforma con mayor crecimiento orgánico de todas, aparte de YouTube. Eso quiere decir que no tienes que pagar ni un dólar para crecer, todo sucede de forma natural.

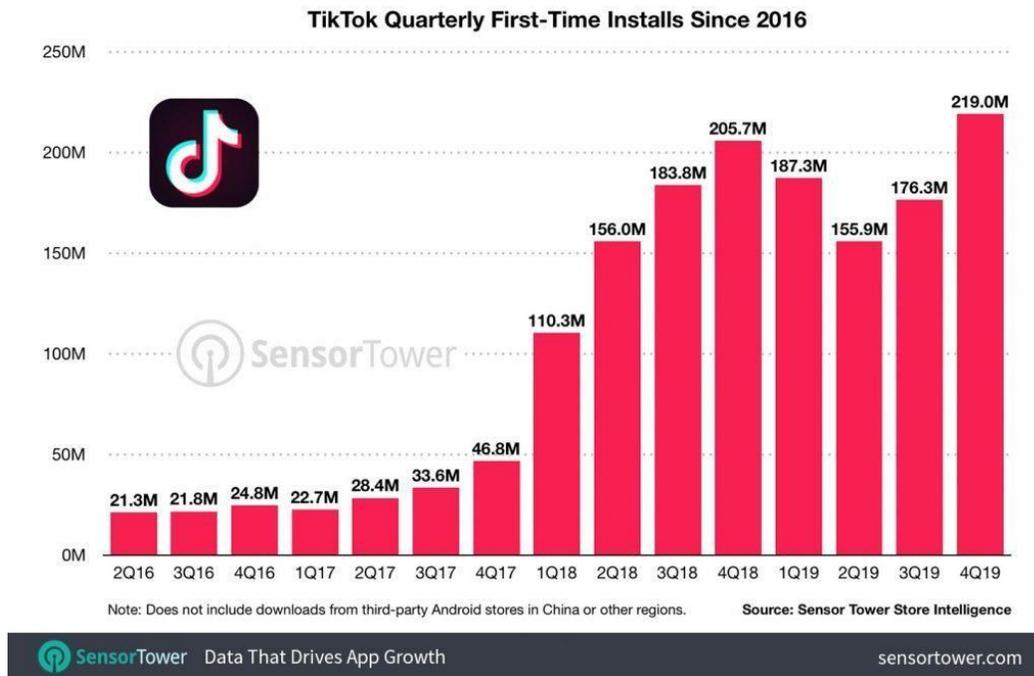
- En caso de que quieras hacer publicidad pagada, cosa que no es necesario, la publicidad de Instagram y Tik Tok es 5 veces más barata que la de Facebook y Google, lo que significa que todo el mundo va a querer migrar a Instagram.
- Instagram y Tik Tok son las plataformas que más famosos ha creado, aparte de YouTube. Cuanto antes comiences (hoy es el mejor día), antes estarás más avanzado que tu competencia; esa competencia que está por venir.

*Ilustración 9 Crecimiento de Instagram*



Fuente: Tomado de: <https://backlinko.com/instagram-users>

**Ilustración 10** Crecimiento de Tik Tok



*Fuente: SensorTower*

En la Imagen 1.1.2 quiero mostrar el crecimiento que ha tenido Instagram a través de los años. Estos datos han sido sacados de las fuentes oficiales. Hay muchísimos más datos como estos sobre Instagram y Tik Tok, pero este libro no ha sido diseñado para aburrirte, ha sido diseñado para educarte y sobre todo para que tomes acción y apliques lo aprendido.

***¡¡Instagram y Tik Tok es lo único que necesitas para embolsarte muchas comisiones constantemente!!***

Son unas plataformas en la que puedes promover tus productos y servicios, o los de otras personas gratuitamente **sin tener que** gastar dinero en publicidad para hacer que los vean y los compren millones de personas. Para lograrlo, existe una fórmula que he diseñado para que la puedas seguir:

**Formula F+A=CH**

El trabajo que tiene que hacer un emprendedor que quiere crear un negocio online es el de aumentar el alcance (A), y seguidores de su cuenta lo máximo posible para no parar de imprimir dinero. **!Ojo!** - No necesitas miles y miles de seguidores para comenzar a monetizar y generar beneficios, pero claro está que cuantos más seguidores más ingresos. El secreto para que se convierta en realidad el negocio online con el que sueñas es que debes hacer una fusión entre los factores “F” y “A”.

*¿Qué es esto de F+A?*

En resumidas cuentas, esto es tu negocio online, [Por una parte, tenemos “F” de Funnel y por otra parte “A” de Alcance. El momento en el que entiendas cómo funciona el alcance y como funciona un Funnel nunca jamás tendrás problemas de generación de ingresos. Para que lo entiendas mejor, voy a dejarte un esquema:

**Ilustración 11** Alcance que puede tener una cuenta de red social



*Te estarás preguntando ¿qué quiere decir esto?*

*¿Qué me quieres decir con eso de alcance y con eso de funnel?*

Mira, como te dije antes, el alcance son el número de personas que visitan tu perfil. Pero simplemente con visitas a tu perfil no harás dinero, solo lograrás ser conocido y tener seguidores.

*Entonces, ¿Qué debemos hacer?*

Debemos tener un Funnel que se encargue de transformar todos esos visitantes que llegan a tu perfil en clientes, es decir, en dinero.

Un funnel no es más que una página web optimizada para vender cualquier producto, da igual cual. Es el sistema de ventas perfecto. Que consiste en una serie de pasos por donde pasan los usuarios para conocer tu producto. Antes se utilizaban empleados, dependientes que vendían los productos, y daban atención al cliente. Hoy en día esto ha sido reemplazado por los “Funnels”. El negocio online que todo emprendedor busca es aquel que genera ingresos pasivos, aquel que no requiere de uno mismo para funcionar. No importa en qué lugar del mundo te encuentres, tu negocio online seguirá produciendo ingresos para ti.

### **¿Qué es eso de $F+A = CH$ ?**

Lo de C.H no significa otra cosa que “Creator Hygge”, es decir la creación de un contenido Evergreen, un contenido que siempre funcionara para lo que queramos mostrar. Cuando tienes un Funnel(F) y cuando tienes Alcance(A), puedes gritarle al mundo que **¡tienes una máquina de hacer dinero!**

Aparte de que entiendas esta fórmula. A lo largo de este libro nos enfocaremos en dominar al máximo ambos factores (F y A). la primera parte de este libro aprenderás sobre el alcance y la audiencia. En la segunda parte de este libro indagaremos en los Funnel y en como monetizar.

*¿Qué me dirías si te digo que cuando acabes de leer este libro, vas a tener todo el conocimiento que necesitas para tener tu propio Funnel y tener un Alcance muy elevado?*

*¿Te imaginas tener una audiencia que crece a un ritmo descomunal mientras generas ingresos pasivos?*

Por experiencia propia, y después de haber ayudado a miles de personas a iniciar en esta industria. Puedo decir que cuando se aplica de forma correcta y sin saltarse u obviar alguno de los pasos descritos en este libro, tendrás un negocio en el que cada seguidor que tienes podrá representar 1\$ mensual como mínimo hacia tu cuenta de banco.

## 8. ALCANCE

En esta primera parte del e-book hablaremos de todo lo que debes de saber para dominar el alcance. Voy a explicarte como volverte viral, llegar a miles de personas y crear una audiencia de miles de seguidores. Vas a aprender a conseguir muchas visitas a tu perfil y que estas personas se hagan seguidores de tu cuenta. Esto es lo más importante y en lo que te debes de enfocar:

*Las 3 Reglas que debes de seguir para competir y ganar en este “juego de Instagram”.*

*La regla 1 y 3 son importantes, pero la 2 te hundirá o te enviará a lo más alto.*

- La regla número 1: es que debes tener un perfil atractivo.
- La regla número 2: es la más importante y es la de seleccionar un buen nicho (aquí te explicaremos porque es tan importante, y en que nichos te debes de centrar).
- La regla número 3: es que debes de seguir siempre, hasta el final, la fórmula VCH. Si eres capaz de seguir estas tres reglas, lo tienes hecho.

Por Favor, síguelas al pie de la letra, y cumple con todo lo que se te menciona. Aunque en tu mente creas que algunas cosas no son importantes; te aseguro que todo lo que te voy a contar en este libro tiene mucha importancia.

### **8.1 Regla número 1 – Perfil Atractivo**

El objetivo es que, cada persona que alcanzas y que visita tu cuenta, se enamore de tu perfil y te siga. Esto sólo se puede lograr cuando tienes un perfil atractivo. Muchas cuentas cometen su primer error en esta parte, y descuidan por completo su perfil, provocando así que las personas finalmente no pulsen el botón de seguir. Debes de tener un perfil atractivo, un perfil del que la gente se enamore, del que la gente sea fanática.

En definitiva, debes de tener el deseo de una cuenta igual que la tuya, si consigues eso, crecerás y generarás cantidades de dinero que nunca habías pensado que podrías ganar. Lograr esto no es para nada difícil, de hecho, es de lo más fácil a la hora de “ganar el juego de Instagram”.

Simplemente tu perfil debe lucir como una marca, es decir, debe de ser profesional y tener en cuenta varios factores. Vamos a entrar más en detalle, empecemos:

## 9. BIOGRAFÍA

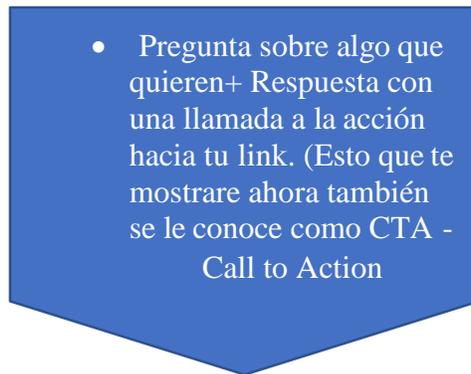
La biografía es lo primero que ven tus visitantes. Si no consigues captar su atención inmediatamente ellos se irán para siempre. Antes de que empieces tu camino de aumentar de seguidores, necesitas darte cuenta de que “la primera impresión es crucial para tu negocio y para tu marca”.

Déjame decirte esto en voz alta - tu biografía de Instagram es probablemente la parte más importante de tu cuenta de Instagram. No puedo creer cuantas personas pasan por alto su biografía. Pierden mucho tiempo trabajando en estrategias avanzadas sin antes haber hecho el primer paso, y el más importante. Si alguien visita tu perfil, quieres que haga clic en el enlace de tu biografía. Esa es la única forma de obtener más tráfico para tu web y negocio para generar más clientes potenciales y por lo tanto más ganancias.

Con tráfico nos referimos a la cantidad de personas que enviamos a una web, a un canal de YouTube, a un blog, etc. Este es el único lugar donde puedes poner un enlace en Instagram. No puedes poner enlaces en el título de tus publicaciones. En las historias puedes poner un enlace (también conocido como Swipe up) cuando tienes más de 10.000 seguidores, pero mientras tanto no. La gente no hará clic en tu enlace porque tú quieras, sino que deben tener una razón para hacer clic en ese enlace. Entonces el mensaje que pongas en tu biografía será crucial para que hagan clic; debes hacerlo extremadamente atractivo.

Esta es la “Plantilla Mágica” usada por los Influencers de Instagram para escribir su biografía de perfil y que le generen MILLONES de dólares.

**Ilustración 12** Información en una biografía



*Fuente: Elaboración propia*

Por ejemplo, vamos a suponer que quieres que las personas visiten tu canal de YouTube o un link de preferencia. Un buen ejemplo de llamada a la acción (CTA) en la BIO podría ser este:

**Ilustración 13** Ejemplo de una página



*Fuente: captura propia de un perfil de red social*

- “¿Te gustan los temas interesantes? Aquí un video”

Como ves, tienes que hacer la **pregunta que la mayoría de tu audiencia tiene + una respuesta que fuerce a la persona a hacer click** en el link de tu bio.

Otros ejemplos podrían ser también este:

- “¿Quieres aprender a programar, pero no sabes cómo empezar? ¡Consigue aquí tu mini-curso **gratis** paso a paso para novatos!”
- “¿Quieres unos zapatos que convienen con tu estilo? Dale clic, y mira todas las variedades que tenemos”
- “¿Tienes hambre, y no sabes que comer?, tenemos las mejores comidas para los mejores momentos solo dale clic aquí”

Bien, ahora que ya hemos visto una de las partes más importantes de la biografía, voy a darte algunos tips extra que debes de utilizar a la hora de escribir tu biografía para que quede lo mejor y más completa posible.

- **Usa emojis:** Los emojis ocupan menos espacios que las palabras. Puedes decir mucho más sobre tu marca usando emojis, te ayudarán a darle un toque más fresco a tu cuenta. Puedes combinar palabras con emojis o incluso comenzar cada línea de la biografía con un emoji. Por ejemplo, un emoji enojado para mostrar tu enfado hacia algo o una cara triste para mostrar algo que te haga sentir triste el plan, es transmitir esas emociones a través de los emojis.
- **Usa hashtag de marca:** Eso hará que tus seguidores comiencen a utilizar tus hashtags cuando se acuerden de ti. Por ejemplo, Booking (la agencia de viajes), tiene en su perfil de Instagram un hashtag con el cual anima a sus clientes a que cuando estén en una habitación

suban una foto y utilicen el hashtag.

- **Usa varias BIO'S:** Escribe al menos dos biografías diferentes utilizando la plantilla que te di anteriormente. Luego de eso utiliza una cada semana para medir cual es la que más funciona y cuál es la que más visualización consigue.

## 10. IMAGEN DE PERFIL LOGO

**No te olvides; no estás creando una cuenta de Instagram, estás creando tu marca.**

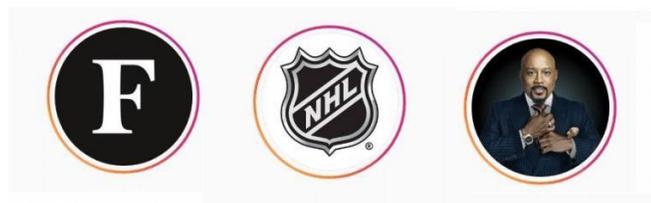
Cuando alguien visita tu página por primera vez, sea cual sea la foto de perfil que tengas, ya sea el logotipo de tu empresa o tu selfie, es lo que recordarán primero de tu marca. Recuerda, Instagram es una plataforma visual. Desea que tengas un logotipo atractivo.

Hay servicios como Fiverr (<https://www.fiverr.com/>) donde puedes comprar un logotipo increíblemente atractivo por \$5. También puedes crearlo tú mismo con la herramienta “Canva” (<https://www.canva.com/>). Puedes estar seguro de que, si tienes un logotipo feo, la gente se irá de tu perfil.

*¿Tienes un logotipo de empresa o tienes una selfie?*

Eso depende del tipo de cuenta que desees crear: *¿es una cuenta comercial o una cuenta personal?* Si desees crear una marca personal, por ejemplo, puedes consultar las cuentas de Gary Vee, Tony Robbins, Oprah, y ver qué imagen de perfil tiene. Por otro lado, si desees crear una cuenta comercial, estos son algunos logotipos comerciales interesantes:

**Ilustración 14** Ejemplos de Logotipo



Si no quieres confundir a tus seguidores, el logotipo debe ser claro, profesional, atractivo y si es posible reflejar a lo que te dedicas. Una de las cosas más importantes cuando te introduces en esta industria, es ser coherente. Si tienes una página de Facebook, Google, Twitter, etc. Asegúrate de tener el mismo logotipo en todas esas plataformas. Si tienes un logotipo diferente en Instagram que, en Twitter, puedes confundir a tus seguidores, y eso no es lo que quieres.

### **10.1 Tips:**

Lo primero que debes hacer es decidir si tú quieres una cuenta personal o una cuenta de negocios. Si ya tienes un logo, decide si debes mejorarlo o renovarlo. Suena obvio, pero la mayoría de las personas que finalmente se asocian a mí, ¡se dan cuenta que necesitan mejorar y renovar sus logos!

### **10.2 Nombre de perfil**

Necesitas tener un nombre sencillo, un nombre que cuando la gente lo lea tenga ya una idea general de lo que van a encontrar en tu cuenta. Es decir, si tu cuenta es de fitness o de amor, no puedes tener un nombre que sea por ejemplo “@perrosbonitos”. Lo siguiente que debes de saber es que tu cuenta debe de tener un nombre que se recuerde con facilidad.

Imaginemos que tu cuenta trataras temas de negocios, y emprendimiento, una vez defines esto, es el momento de que le pongas un nombre. Lo que debes evitar es poner nombres complicados y difíciles de recordar para la mente humana. Estos son algunos ejemplos de nombres difíciles de recordar para la mente humana: @millo.nario19283, @mentor-bi-lionario69...

Si puedes, trata de que tu nombre no contenga puntos, rayas o caracteres numéricos. Haz que sea lo más corto, limpio, y comprensible posible. Hoy en día es algo complicado ya que muchos nombres están usados, en ese caso puedes ayudarte de un punto; así fue cómo surgió @fullhygge.

Las personas van a copiar tu "Identidad de Instagram" cuando comiences a aplicar todo lo que se te va a explicar en este libro y, créeme, quieres que esto suceda. No te preocupes, no tengas miedo a que se aprovechen de tu trabajo, ya que si añades una marca de agua te ayudará a viralizarte y a que la gente te comience a ver como una cuenta con "Status".

Como ves yo elegí el color negro, y blanco para utilizar en los posts, en la biografía y en las historias destacadas. El fondo de los posts siempre utilizo una variedad de colores en conjunto para tener un efecto arcoíris. Esto hace que siempre se mantenga el mismo estilo y la misma textura en toda la cuenta.

### *Ilustración 15 Ejemplo Perfil de Red Social*



*Fuente: Captura propia tomada de una red social.*

## 10.3 Historias destacadas

Las historias destacadas juegan un papel fundamental a la hora de generar ingresos pasivos en piloto automático si las utilizas bien. ¡Al final de este libro aprenderás más sobre esto!

¡PERO PARA!

Sigue leyendo y avanzando de forma natural... no saltes al final del libro por favor. Este libro ha sido diseñado para que lo sigas paso a paso. Recuerda que en esta sección estamos hablando solamente de como tener un perfil atractivo, más adelante entraremos en la fase de monetización y generación de ingresos. Por ahora quiero que sepas que las historias destacadas te permiten hacer lo siguiente:

- Incrementar el nivel de calidad y de atractivo de la página.
- Aportar valor.
- Vender productos (fijando las historias cuando vendes).
- Destacar contenidos importantes de tu cuenta, aumento de Engagement (ya que retienen a los visitantes más por más tiempo).

Si no sabes lo que es el Engagement no te preocupes porque te lo explico más adelante junto con el Algoritmo de Instagram. De momento sólo quiero que interiorices que Instagram favorece a las cuentas que logran retener mucho tiempo a las personas en su plataforma, y las historias destacadas son un elemento muy importante para cumplir.

Para los que no saben que son las historias destacadas, son estas que aparecen en línea.

**Ilustración 16** Ejemplo de historias destacadas



Fuente: Captura propia tomada de una red social.

Como ven dan un toque profesional a las cuentas, y aparte es una manera de añadir valor extra, y cada vez que una persona visita tu perfil esa será como una carta de presentación. Pero, algo importante que hay que aclarar es que estas historias siempre deben de responder a las preguntas que se hacen las personas respecto a su perfil. Si te fijas las historias destacadas de esta página @fullhygge tienen el mismo estilo que su logo y también que su contenido.

Hace que las cuentas luzcan profesionales y bien organizadas. Si haces todo lo que se te va a explicar en este libro, verás que tu cuenta comenzará a atraer millones de visitantes semanales a tus posts, y a tu perfil. Nuestro objetivo es que la mayor cantidad de esos visitantes no sólo sean visitantes, si no que se conviertan en seguidores la mayor cantidad posible. Esto sólo se consigue teniendo un perfil atractivo.

#### **10.4 Regla número 2- nicho perfecto**

Antes de elegir el nicho perfecto quiero que aprendas un poco sobre psicología. Puede que pienses que no es necesario, pero detente un momento, ¿a quién se le va a vender? A la gente, ¿verdad? Cuando se le vende a la mente humana, hay que dominar una cosa, y es que debemos saber cómo piensan y que es lo que los motiva a comprar. La gente siempre compra para mejorar su Status y para mejorar en los 3 aspectos de su vida: salud, finanzas, y amor/relaciones; absolutamente todas las compañías, y empresas del mundo venden basándose en esos 3 aspectos, puede que no se note, pero si lo hacen.

*¿Has visto los comerciales del desodorante AXE?*

*¿Ves cómo el hombre que sale en el anuncio se pone el desodorante y le comienzan a perseguir millones de mujeres? ¿Qué tiene que ver un desodorante con las mujeres?*

No tiene nada que ver, pero la compañía quiso venderlo de esta manera como diciéndonos “atrae a muchas mujeres, con solo usar este producto” claro está que el público de ellos está dirigido a hombres. Las cuentas que más rápido crecen y que más monetizan son esas que únicamente se centran en uno de los tres mercados principales: salud, finanzas y amor/relaciones.

A mí personalmente me encanta el mercado de las finanzas, los negocios y el emprendimiento. Cuando era pequeño buscaba en internet “como generar ingresos online desde casa siendo menor de edad”. Hacía estas búsquedas en Google porque sentía la necesidad de ayudar a mi familia a salir adelante y porque me gustaba poder comprar mis propias cosas.

### Dentro de estos 3 mercados principales hay múltiples submercados

*Ilustración 17 Los 3 mercados principales y sub-mercados*



Aquí dejo varios ejemplos: Ventas, marketing digital, pérdida de peso, citas, bienes raíces, etc. Ahora seguro que estás pensando: “¡¡Genial!! Voy a hacer que mi cuenta hable de la pérdida de peso, y voy a comenzar a vender productos que te ayuden a bajar de peso”.

**¡¡Me voy a volver rico!!**

Otros pensarán: “¡Ah pues no! ¡Yo voy a crear una cuenta enfocada al marketing digital para comenzar a ganar cantidades ilimitadas de dinero!”. Déjame decirte que la riqueza y los millones no están en los sub-mercados. Están un paso más allá; a esto se le llaman nichos, y repito, los millones están ahí, en los nichos (los círculos más pequeños de la anterior imagen).

El mejor ejemplo que te puedo poner es mi cuenta; mi cuenta está en el nicho de curiosidades, datos científicos, temas de interés. En definitiva, yo subo contenido de curiosidades, pero aprovecho y vendo a las personas servicios que se relacionen a lo que subo.

*¿Entonces, en qué mercado debes estar? ¿Qué nicho debes escoger? ¿En qué nicho debes entrar y monetizar?*

Una vez ya has entendido que es un nicho y la importancia que tiene estar en uno de ellos, tú primera y más importante decisión reside en que elijas el nicho al que le vas a entrar con tu cuenta.

## **2 opciones**

- Escoger un nicho que te apasione, lo cual me parece una opción perfecta ya que podrás compartir mucho conocimiento, y vender tus propios productos y servicios o el de otras personas.
- Escoger un nicho que de por sí ya sabes que funcionará y sabes que se puede monetizar muy bien; da igual si sientes pasión o no.

Las dos opciones son perfectas, en la segunda opción no hay límites. Conozco a un emprendedor que se llama Alex Willkie, mide 2 metros, tiene barba muy densa y larga, unos músculos como rocas.

*¡Y por sorpresa para ti... tiene una de las páginas más grandes de maquillaje!*

La cuenta de Instagram es “@beautify.basics”. Gracias al poder de Instagram en sus primeros 7 meses ganó 500.00 seguidores y lo mismo en dólares, hoy en día tiene ya 1 Millón de seguidores. Esto fue en poco más de 1 año. Él fue inteligente. Sabía que las mujeres por naturaleza compran más que los hombres.

*Se preguntó: ¿Qué le suele gustar a la gran mayoría de mujeres?*

**¡¡BINGO!!**

El maquillaje; apasiona a las mujeres, vio una oportunidad de negocio inmensa y sin fecha de caducidad. Como puedes ver, escogió el mercado de la Salud, el sub-mercado del maquillaje y ahora vende productos de nicho como: pintalabios, pestañas postizas...

Hoy en día, factura miles de dólares por sponsors de marcas de maquillaje. Otra de las cosas que sabía era que, si quería tener mejores resultados, tenía que poner un rostro frente a la cámara. Eso hace que la gente compre más ya que a las personas nos da más confianza saber a quién le estamos comprando.

Obviamente no va a poner su cara con su barba de 1 año en una página de maquillaje, así que contrató a una chica para que ella sea el rostro de la marca.

*¿Porque la chica iba a aceptar ese trato?*

Sencillo, sabe que es una página enorme, así que ella también sale ganando porque su marca personal también crece, es un fanar - ganar, un negocio redondo para los dos. Te cuento esto para que veas que no hay excusas.

Recuerda: Sólo enfócate en tener una cuenta basada en los nichos de los 3 mercados principales para poder generar ingresos de forma ilimitada. Pero, por ejemplo, si tu cuenta es de memes o noticias; no lograras generar ninguna fuente de ingresos.

*¿Tienes claro ya en qué nicho estará tu cuenta? ¿Quizás te has decidido por el fitness, por el marketing online?*

### **Todo lo que signifique una pasión para la gente es un buen nicho**

Fitness, comida, tecnología, moda, animales, etc. Una vez lo tienes claro puedes pasar a desarrollar todo lo que te he explicado en la Regla. ¡Ahora sí! Ahora tiene sentido empezar a crear tu perfil profesional y atractivo. Si ya has llegado hasta aquí quiere decir que ya has leído la primera regla; de no ser así ve ahora mismo a leerla.

Si ya la leíste...

Entonces, ya sabes a que se refiere esto de tener un perfil atractivo, simplemente significa que debes mantener tu perfil lo más impecable, y profesional posible. Muchos de los lectores de este libro lo saben, pero no lo aplican porque no le dan importancia: el resultado de esto es simplemente el fracaso y decir que no funciona lo que aquí se explica.

Si no sabes cómo empezar analiza como tienen el perfil las cuentas más grandes y exitosas de tu nicho. Mira su logo, nombre, biografía, imágenes, paleta de colores, historias destacadas. Eso te debe dar una referencia para saber por dónde puedes empezar. Apuesto a que no sabías que la persona que entra a tu perfil tiene una ventana de 3 a 7 segundos para tomar la decisión de si seguirte o no.

*¿Y sabes que es lo que más influye?*

La apariencia de tu perfil: los 9 últimos posts de tu feed, logo profesional, biografía e historias destacadas. Esto significa que siempre deber tener contenido de alta calidad visual. Más adelante te enseñaré que aplicaciones utilizar para crear ese contenido de gran calidad visual.

*Ahora sí, por fin...*

Por fin empezamos con una de las partes que más te puede estar interesando, el crecimiento. Pendiente a la siguiente regla, porque es solo la introducción a lo que estás deseando aprender.

*¿Cuáles es la última de las 3 reglas?*

### **10.5 Regla número 3- sigue siempre la formula**

Lo importante es tener seguidores que compren todo lo que tengas para ofrecerles, ¿cierto? Bueno, pues vamos a ver cómo lograr crecer miles de seguidores utilizando esta regla.

**La fórmula VCH es la causante del crecimiento masivo**, esta fórmula es la que va a permitirte elevar el alcance de tu cuenta a unos niveles de “locos”. Pero, recuerda una cosa seguir esta regla sin antes haber seguido las dos reglas anteriores, hará que todo tu trabajo sea en vano. Es decir, no crecerás tanto como deberías, ya que la gente aun que te descubra no te dará a seguir porque no tienes un perfil atractivo, y no le llama la atención.

*¿Recuerdas al inicio de todo cuando te mencionaba ( $F+A=M.M.$ )? Aquí en esta regla número 3 vas a aprender todo lo que necesitas para tener un alcance(A) muy alto.*

***Recordatorio: El alcance es el número de cuentas únicas que visitan tu perfil.***

Piénsalo, cuantas más cuentas visiten tu perfil, más seguidores ganarás y en caso de tener un Funnel... más ventas y más ingresos (esto lo explicaré más adelante).

**¡¡ESPERA!!** Todavía no quiero que digas que no vas a poder lograr nada, porque no tienes seguidores...

**¡¡¡¡Me estoy imaginando como en tu mente dices... OYE!!!! "¿Pero ¿cómo voy a crear un negocio online?"**

**“¿Cómo voy a generar ingresos pasivos? Si... YO NO TENGO 129 MILLONES DE SEGUIDORES”**

Claro que no los tienes, yo tampoco. Muy pocas personas los tienen. Ahora te hago una pregunta:

*¿Necesitas billones de dólares para ser financieramente libre?* Seguramente no, así que con unos miles de seguidores te bastará para lograr esa **¡libertad financiera!**

Seguramente sabes quién es Kylie Jenner. Hace unos años, se convirtió en la persona más joven en lograr un billón de dólares únicamente vendiendo cosméticos con su cuenta personal. Ella misma adelantó al creador de la plataforma de Instagram, quien hasta entonces tenía ese título. No pagó ni un solo centavo en publicidad. Logró vender \$19 millones en menos de 24 horas... recapacita y piénsalo bien; solamente utilizando Instagram. No me imagino a Mark Zuckerberg (dueño de Instagram) pensando “me ha superado una persona que utiliza mi plataforma para hacerse billonaria y no me ha pagado nada”. Dejando de un lado estas historias...

Ahora quiero que prestes atención, porque viene la parte que a todo el mundo le interesa y seguramente a ti también. Ahora viene la parte en la que vas a aprender a cómo conseguir miles y miles de seguidores todos los días siguiendo la fórmula VCH.

*¿Cuál es el secreto entonces?* Vamos a descubrirlo en los siguientes capítulos.

## 11. EL SECRETO PARA GENERAR MILES DE SEGUIDORES

*Descubre la diferencia entre las páginas que solo generan 100 seguidores diarios.vs. las páginas que generan +1,000s diario.*

Si ya leíste la Regla número 3 ya sabes que seguir la fórmula VCH es lo que te hará conseguir muchos seguidores, pero antes de que aprendas que es esta fórmula, primero tienes que aprender cómo funciona el algoritmo de Instagram, ya que si no aprendes cómo funciona tomarás malas decisiones y tu cuenta de Instagram quedará estancada y no crecerá.

Por lo tanto, mi primer deber contigo es explicarte, y hacerte entender el algoritmo de Instagram a la perfección, para que luego puedas emplear la fórmula VCH de la manera correcta. Las páginas que crecen miles de seguidores diarios siguen la fórmula VCH y además saben cómo funciona el algoritmo de Instagram y lo “hackean”.

*¿Entonces... qué es lo que debes hacer?*

La respuesta es que debes hackear el algoritmo de Instagram tú también. ¡Una vez hagas eso comenzarás a crecer y comenzarás a construir una audiencia gigantesca!

### **11.1 Hackea Instagram**

*Cómo salir de la montaña rusa de "seguir y dejar de seguir".*

*Cansado de ganar nuevos seguidores un día ... ¿solo para que desaparezcan misteriosamente al día siguiente? Te mostraré las 8 Tácticas a usar para hacer que "te sigan" hasta el fin del mundo*

Lo primero no es pensar en cómo hacer crecer y monetizar una página de Instagram, realmente lo primero que debes saber es cómo funciona el algoritmo de Instagram. De esa forma vamos a tomar mejores decisiones y sabremos en todo momento que hacer.

Recuerda esta frase para el resto de tu vida:

*“¡Aprende cómo funciona el algoritmo de Instagram y jamás dejarás de ganar seguidores!”*

Para que entiendas bien el algoritmo, primero te voy a explicar que es lo que no le gusta y lo que debes evitar a toda costa. Si en algún momento se te pasa por la cabeza hacer alguna de estas cosas que te voy a explicar, ¡Evítalas!:

- El algoritmo odia que hagas follow - unfollow (seguir y dejar de seguir)
- También odia mucho que no publiques de forma frecuente.
- Si no respondes los comentarios ni los Dm's estás cometiendo un error.
- Si tus posts son muy cortos y la gente pasa rápido de ellos, Instagram te odiará.
- Ya te digo ahora que, si no usas buenos hashtags, estás destinado al fracaso.

¡Simplemente no le gusta todo lo que haga que el usuario no interactúe contigo! Instagram es una red social, entonces la base del éxito absoluto en esta plataforma se fundamenta en ser social. Pero no te preocupes, porque voy a entrar en detalle en cada uno de esos 5 aspectos que te acabo de mencionar ahora mismo.

### **11.2 ¿Por qué no debemos seguir y dejar de seguir a personas? (follow/ unfollow)**

La razón más importante, en mi opinión es esta:

¿De qué sirve tener seguidores que has ganado haciendo follow/ unfollow, si luego no vas a poder monetizar?

Piénsalo bien, si tú sigues a puras cuentas y, ellos te siguen de vuelta, solo al 1% de esas personas que te han comenzado a seguir son porque les interesa realmente tu cuenta, pero el 99% restante te sigue solo para devolverte el favor...

Además, más adelante te dejarán de seguir porque ni te recordarán e irás perdiendo seguidores sin saberlo. Va a ser muy difícil que ganes dinero así, de hecho, no lo harás. La segunda razón más importante es que, aunque te parezca ilógico, las cuentas que hacen esta técnica, la cual muchos de esos que se hacen llamar “expertos” enseñan, son las que menos seguidores tienen.

Crece mucho más lento, y con muy poca calidad. Esto que te voy a contar ahora no lo digo yo. Lo dicen los números.

Quiero que vayas a Instagram y mires a las cuentas puramente orgánicas, quizás al principio tardan un poco más para llegar a los primeros 1000 o 2000, pero una vez tu cuenta consigue el llamado “momentum”, vas a comenzar a ganar seguidores explosivamente, incluso llegarás a ganar de 300 a 1.000 seguidores diarios.

Por ejemplo, @Fullhygge.es inició el 27 de febrero del 2019.

Puedes utilizar la aplicación de “igblade.com” para ver como el primer mes ya estaba ganando diariamente unos 300 seguidores, y nunca se me pasó por la cabeza hacer follow / unfollow, porque arruinaría todo. Al principio parece costoso, pero una vez tu cuenta ya tiene el “momentum”, vas a ganar seguidores automáticamente y de forma constante.

Otras razones por las que **no** debes hacer seguir/ dejar de seguir son estas, te las cuento en las siguientes páginas:

- Hace algún tiempo, estaba de moda automatizar este proceso, antes existían herramientas que te ayudaban a automatizar todo ese proceso para que tú no lo tuvieras que hacer.
- ¿El resultado? Instagram empezó a bloquear cuentas que hacían esto. Hoy en día ha bloqueado millones de cuentas que utilizaban, y automatizaban ese proceso. ¿Debe ser por algo verdad?
- La inteligencia artificial ya está aquí. El algoritmo es cada vez más inteligente, lo sabe todo, ahora cuando sigues y dejas de seguir a muchas personas todos los días, te pone en categoría de spam, y entras en el denominado “shadowban” lo que hace que tu engagement y la exposición de tu cuenta se reduzca drásticamente. Por lo tanto, no crecerás.
- Si por cualquier motivo has entrado en shadowban, no te preocupes, porque más

adelante aprenderás como puedes salir de esta penalización que pone instagram por uso indebido de la plataforma.

- Si comienzas a hacer esto, tus seguidores no tendrán nada que ver con lo que tu página habla. Instagram es consciente y sabe a quienes sigues y quienes te siguen. Así es como Instagram logra categorizar tu cuenta y saber a qué personas mostrársela.

*¿Te imaginas que confundes a Instagram teniendo seguidores que no tienen nada que ver con lo que tu realmente quieres?* Simplemente no te tomaran en serio.

Por ejemplo: Si sigues a puras cuentas de emprendimiento, Instagram va a suponer que tu cuenta es de la misma temática, por lo tanto, te va a recomendar a personas que les interese el emprendimiento. Pero ¿Y si sigues cuentas de todo tipo? Instagram no va a saber a quién enseñarle tus posts, y acabará por no mostrárselos a nadie. Hay varias razones por las que no debes seguir, y dejar de seguir como ya viste, pero se me olvidaba una... Pero eso no quiere decir que no sea importante.

### **11.3 Si sigues a miles de personas nadie te creará.**

Te hago una pregunta, ¿Qué piensas cuando ves a una persona que sigue a 5,000 personas? Tal vez pienses que es una cuenta común y corriente, ¿cierto? Entonces no lo hagas, porque la gente pensará lo mismo de tu cuenta, y no pensarán que es una marca o en si lo que a la final querías lograr transmitir. Vale, ahora que ya sabes que es lo que no le gusta a Instagram. Ha llegado el momento de enseñarte que es lo que le **encanta a Instagram**, y de lo que realmente te debes preocupar.

## 12. ESTO ES LO MÁS IMPORTANTE Y EN LO QUE TE DEBES ENFOCAR

- Likes que te dan comentarios que te dejan.
- Veces que guardan tus posts.
- Veces que se comparten los posts.
- Que hagan zoom en el post.
- Tiempo que el usuario pasa en el post DM que respondes.
- Historias con stickers para que tus seguidores interactúen.
- Usar todas las opciones que nos da Instagram.

Entonces, si ya sabes que es lo que no le gusta y que es lo que sí... Puedes tener ya una idea de cuál es el secreto, ¿Verdad? El secreto es dominar el algoritmo, si llegaste hasta aquí ya deberías saber cómo funciona el algoritmo. Si todavía no lo sabes, vuelve a releer las páginas anteriores, pero, en resumidas cuentas...

Tienes que tratar que tus posts reciban muchos likes, y muchos comentarios en la primera hora de publicación.

*¿Porqué?*

Porque simplemente a la hora de realizar una publicación, Instagram no se la muestra a todos tus seguidores, solo se la muestra a un 10%. Esto significa que, si tienes 10,000 seguidores, al principio solo lo verán 1,000 personas.

*Pero ¿Porque hacen eso?*

De esta forma, Instagram se dará cuenta si tu contenido es bueno, y cumple con todo lo anterior que te he venido mencionando. Por cierto, en los siguientes capítulos te explicaré como hacer un buen post. Si tu post es bueno, esos 1,000 seguidores que lo ven primero son los que darán likes, comentarán, lo guardarán etc. Entonces, Instagram, (gracias su inteligencia artificial)

se dará cuenta de eso, y te va a querer premiar.

¿Como?

Mostrándole el post a otro 10% porque pensó que es un buen contenido y que realmente sí es interesante para tus seguidores.

Ahora ya un total del 20% ha visto tu post.

**Nota:** Esto seguirá así sucesivamente hasta que todos tus seguidores vean tu post.

**Ilustración 18** Como funciona el algoritmo de Instagram



Ahora sí... llega la pregunta estrella y posiblemente la pregunta que te estás haciendo...

¿Cómo hago si no tengo ningún seguidor?

### 13. PILARES FUNDAMENTALES LA FÓRMULA VCH

¡Cómo ganar entre 1700 y 3300 seguidores reales y objetivos cada mes (que están realmente interesados en ti y en tu negocio, y comprarán tus productos y servicios) en piloto automático!

### 13.1 Formula VCH

Ahora que ya sabemos cómo funciona el algoritmo, el siguiente paso es saber cuál es la fórmula que vamos a seguir para hacer el hackeo completo, y lograr que nuestra cuenta crezca de manera orgánica, y sin que se detenga en ningún momento.

La fórmula que hemos creado en @Full Hygge consta de 3 letras para que no las olvides nunca:

**V** - Todo lo relacionado con el “VALOR” Contenido, Constancia

**C** - Todo lo relacionado con la “COMPETENCIA” Investigación de mercado Networking

**H** - Todo lo relacionado con respecto a los “HASHTAG”

## 14. EL PLAN PARA MONETIZAR

Siempre hay un fondo detrás de la forma, ya hemos visto como crear un perfil de valor, como poder impactar y como poder generar recordación, pero ahora un tema que nos importa a todos y es como monetizamos nuestro proceso dentro de este mundo y que maneras hay de monetizar.

La marca personal ya sea de tu empresa o tuya como persona es cuando decidimos como personas mostrarnos al mundo, donde la población nos reconoce como alguien de influencia que esta impactando de alguna manera a la sociedad. Si tu decisión fue la de crear una marca personal dentro de este mundo y querer monetizarla algunas maneras en las que las puedes monetizar es:

- 1-Colaborando con marcas
- 2-Concursos
- 3-Desarrollando E-books o cursos
- 4- Vendiendo productos propios

### **14.1 Colaborando con marcas**

Si lo que decidiste es colaborar con marcas con tu marca personal, debes de tener en cuenta que lo importante es aprender a darle el valor que merece tu marca, y saber con qué tipo de marcas hacer colaboraciones y con cuáles no.

Por ejemplo tienes una marca fitness, decidiste incursionar en todo este mundo, pero llega una empresa que vende gaseosas y quiere pautar contigo y te ofrece muy buen dinero, en el corto plazo se vería algo atractivo porque puedes recibir un buen dinero por algo relativamente sencillo, pero en el largo plazo se puede ver mal, porque puede afectar tu imagen con tus seguidores por no ser coherente con lo que propones, entonces por eso es importante mantener una concordancia con lo que predicas y aplicas, entender que el dinero nos es lo más importante sino tu imagen, y tomar las decisiones siempre al largo plazo

### **14.2 Concursos**

Los concursos o Giveaways son una buena forma de monetizar por qué haces que marcas crean en ti y te sirvan de patrocinadores, ellos a cambio recibirán mucha audiencia a sus marcas y tu un dinero por ello, pero no todo es color de rosas, actualmente los Giveaways están perdiendo mucha fuerza y a continuación te diré el por qué.

1-Las marcas han perdido la fe en estos concursos porque si bien consiguen los seguidores que se prometen y la audiencia llega a su perfil. No es una audiencia que consuma sus productos, no es una audiencia que permanezca por lo que al final se vuelve un perfil con más de 100k, pero con 25 me gustas en cada post, también hace que esos influencer pierden seguidores porque sus seguidores se sienten como ganado utilizados a hacer algo que se cree conveniente.

### **14.3 Desarrollando E-BOOK o Cursos**

Si tu marca personal ofrece valor en habilidades que a las personas les puede servir, como por ejemplo muestras tips de cocinas o temas deportivos e incluso como ser un mejor empresario una de las maneras que tienes para monetizar sería vendiendo esos conocimientos a través de E-books y cursos así las personas que les apasiona ver tu contenido pueden seguirte apoyando a través de estos productos digitales

### **14.4 Vendiendo productos propios**

Si eres una empresa Vender productos siempre es la meta para seguir, pero es importante que no satures a tus seguidores ofreciendo tus productos todos los días, recuerda a nadie le gusta que le vendan, como personas nos gusta sentirnos valorados y que las personas hacen cosas por nosotros, entonces es importante que en el momento que se ofrezca los productos propios de la empresa, que estos se presenten de maneras creativas e inclusivas en el sentido que todas las personas se sientan cómodas y agustas con lo que les ofreces

***Bueno ya viste unas formas de monetizar, ahora quiero darte un bonus personal***

Pero ahora mismo te voy a revelar la estrategia que yo usé al inicio. Te voy a enseñar el paso a paso de cómo fue que yo hice mi arranque rápido para lograr 10.000 seguidores en menos de 30 días, y aparte monetizar mis redes sociales.

## 15. ESTOS FUERON LOS PASOS QUE SEGUÍ

1. Elegí un nicho de mercado, y un producto que buscaba ofrecer en este caso un curso.
2. Hice una investigación completa para localizar a mi competencia.
3. Creé el nombre de mi cuenta.
4. Creé una descripción (biografía) completamente optimizada.
5. Diseñé el logo (foto de perfil).
6. Decidí todo el estilo de mi cuenta (fondo de imagen, fuente de texto, colores...).
7. Hice una lista de las 35 cuentas más fuertes de mi nicho (+100k) y les ofrecí crear contenido gratis a cambio de una colaboración.
8. Entré en el grupo de Engagement más grande del habla hispana puedes en grupos de Facebook buscar tu nicho y encontrar algunos.
9. Establecí un día para crear 90 imágenes (en mi caso los lunes).
10. Abrí mi cuenta en Instagram.
11. Creé el perfil de empresa.
12. Empecé a publicar 3 veces al día teniendo en cuenta:
  - a) En cada post utilizaba un grupo de hashtag distinto y siempre pensando en la estrategia de la escalera.
  - b) Cada imagen era publicada 5 minutos antes de que empezase la maratón de los grupos de engagement (para que el engagement se disparase en la primera hora).

13. Al cabo de 5 días contacté a la lista de cuentas que había hecho para ofrecerles la propuesta.
14. Agendé cuando serían y como serían los posts en esas colaboraciones durante 30 días.
15. Subí de 3-7 historias cada día. (con preguntas y respuestas, encuestas...).
16. Respondía los comentarios y mensajes directos.
17. Empecé a hacer estrategias detrás del contenido que estaba vendiendo muchas de las que te mostré en este libro. Como la escalera de valor llevando a las personas por niveles.
18. Empecé a realizar pautas a través de la plataforma, con poco presupuesto.
19. Empecé a invertir más en mi conocimiento para aplicarlo en lo que quería ofrecer.

Luego de esto toda la cuenta estaba creciendo a una media de 350 seguidores diarios sin haber gastado ni un sólo dólar en publicidad. Simplemente subía el contenido que tenía preparado e interactuaba con mis seguidores.

**Estos son los únicos pasos que tú tienes que hacer para llegar a tener los mismos resultados.**

**No te rindas por la mitad... si no servirá nada de nada.**

## 16. CONCLUSIONES

*Felicidades por haber llegado hasta aquí. Muy poca gente acaba de leer el libro y luego esperan tener resultados. Si te esfuerzas y eres constante en lo que haces tendrás resultados increíbles.*

¡Así que esto es todo lo que necesitas saber para comenzar a obtener ingresos en Instagram! Hay tantas cosas que desempaquetar que, con toda probabilidad, posiblemente necesitarás leer este libro de nuevo, y experimentar antes de encontrar una configuración que funcione para ti. Existen innumerables herramientas que puedes utilizar para llegar a más personas. Hay mucho más de lo que hablar cuando se trata de anuncios, y publicaciones promocionadas en Instagram y Facebook. Pero, lo más importante es tu propuesta de valor y tu marca

Debes ser coherente con las imágenes que subes, tienen que ser de alta calidad, y hablarle a tu audiencia, necesitas hacerles sentir algo. El contenido aspiracional, inspirador, motivador o conmovedor hablará por sí mismo, y si logras que tu audiencia sienta algo con cada imagen, comenzará a seguirte.

Quiero darte las gracias por haber llegado hasta el final de este libro, espero que hayas aprendido cosas nuevas, y lamento si no encontraste "ese único secreto" que te hará exitoso en una semana.

***Eso no existe.*** Si aplicas todo lo que te mencioné en este e-book, te aseguro que tendrás éxito en esta plataforma.

Estoy seguro de que aprendiste cosas que no sabías, cosas que por muy pequeñas que sean, si las llevas a cabo, tendrás un éxito enorme.

**POR TI Y TU ÉXITO.**

## 17. BIBLIOGRAFÍAS

- Barth, F. (2015). Social media and adolescent development: Hazards, pitfalls and opportunities for growth. *Clinical Social Work Journal*, 43(2), 201-208. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/271921991\\_Social\\_Media\\_and\\_Adolescent\\_Development\\_Hazards\\_Pitfalls\\_and\\_Opportunities\\_for\\_Growth](https://www.researchgate.net/publication/271921991_Social_Media_and_Adolescent_Development_Hazards_Pitfalls_and_Opportunities_for_Growth)
- Canek, R. (2009). Ahora son 7 las "P"s de la Mercadotecnia enfocadas a la Responsabilidad Social. *Revista DIRCOM*. Recuperado de: <https://transformarc.wordpress.com/2009/10/26/ahora-son-7-las-ps-de-la-mercadotecnia-enfocada-a-la-responsabilidad-social/>
- Chasco, Y; Coro. (2003). El Geomarketing y la Distribución Comercial. *Dialnet*. (79): 6-14. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=663345>
- Dias, M. (2017). Tipos de marketing, Las 8 P's del Marketing. *Rockcontect blog*. Recuperado de: [https://rockcontent.com/es/blog/8ps-del-marketing-digital/#:~:text=Las%20\(nuevas\)%20Ps%20del,%2C%20procesos%2C%20presencia%20y%20productividad.](https://rockcontent.com/es/blog/8ps-del-marketing-digital/#:~:text=Las%20(nuevas)%20Ps%20del,%2C%20procesos%2C%20presencia%20y%20productividad.)
- Diccionario Marketing. (2019). *Foromarketing*. Recuperado de: <https://www.foromarketing.com/glosario-de-marketing/>
- Eckler, P; Worsowicz, G; Rayburn, J. (2010). Social media and healthcare: an overview. *PM&R*. 2(11), 1046-1050. Recuperado de: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21093840/>
- Galindo, R. (2014). Desarrollo histórico y evolución de la mercadotecnia. *Universidad de Antiplano*. Recuperado: <https://igudino.files.wordpress.com/2014/08/desarrollo->

[histc3b3rico-y-evolucic3b3n-de-la-mercadotecnia.pdf](#)

Grubor, A; Đokić, N; Milićević, N. (2018). The use of e-mail marketing in accordance with permission marketing approach in promotion of a study program. *Strategic Management*, 23(4), 26-31. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/329976129\\_The\\_use\\_of\\_e-mail\\_marketing\\_in\\_accordance\\_with\\_permission\\_marketing\\_approach\\_in\\_promotion\\_of\\_a\\_study\\_program](https://www.researchgate.net/publication/329976129_The_use_of_e-mail_marketing_in_accordance_with_permission_marketing_approach_in_promotion_of_a_study_program)

Herrero, A. (2018). Qué es inbound marketing y por qué funciona para las empresas B2B.

*Titular.com*. Recuperado de: <https://www.titular.com/blog/autor/alejandra-herrero/page/3>

Jagongo, A; Kinyua, C. (2013). The social media and entrepreneurship growth.

*International journal of humanities and social science*, 3(10), 213-227. Recuperado de: [http://ijhssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_10\\_Special\\_Issue\\_May\\_2013/24.pdf](http://ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2013/24.pdf)

Jones, D; Barton, W. (2007). The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator, *Sage Journals*. Recuperado de:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jppm.26.2.251>

Kotler, P; Keller, K. (2006). Dirección de Marketing (12 edición). México: Pearson.

*Pearson Prentice Hall*. (p. 6). Recuperado de:

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod\\_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller\\_2006%29.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf)

Miró, M. (2017). Valor y Precio, una diferencia que marcará tu negocio. *Michael Miró*.

Recuperado de: <https://michelmiro.com/valor-precio/>

Nair, T. (2017). Relevance of e-permission marketing in today's digital world. *In*

*Conference Neotric advances and predicaments in business environment.*

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/317000220\\_Relevance\\_of\\_E-Permission\\_marketing\\_in\\_today's\\_Digital\\_World](https://www.researchgate.net/publication/317000220_Relevance_of_E-Permission_marketing_in_today's_Digital_World)

Ogilvy, D. (2007). La publicidad es para vender. *YouTube*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZEQDs1W8zOg>

Peiró, R. (s.f). Micromarketing - Definición, qué es y concepto. *Economipedia*.

Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/micromarketing.html#:~:text=El%20micro marketing%20es%20la%20personalizaci%C3%B3n,tipo%20de%20p%C3%BAblico%20m%C3%A1s%20concreto.>

Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew research center*. 125,52- 68. Recuperado de:

[https://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2016/02/PI\\_2015-10-08\\_Social-Networking-Usage-2005-2015\\_FINAL.pdf](https://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2016/02/PI_2015-10-08_Social-Networking-Usage-2005-2015_FINAL.pdf)

Philip, K; Gary; A. (2003). Fundamentos De Marketing. *Pearson Educación*. Recuperado

de:

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Philip, K; Gary; A. (2003). Marketing: Versión para Latinoamérica. *Pearson Educación*.

Recuperado de: [http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-_MARKETING.pdf)

[virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-\\_MARKETING.pdf](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-_MARKETING.pdf)

Quiroga, F. (2019). Estrategias del mercado meta. *TU ECONOMÍA FÁCIL*. Recuperado

de: <https://tueconomiafacil.com/estrategias-del-mercado-meta/>

Quiroga, F. (2019). Segmentación de mercados. *TU ECONOMÍA FÁCIL*. (s.p).

Recuperado de: <https://tueconomiafacil.com/segmentacion-de-mercados/>

Rosas, A. (2015) Las 8 P's del Marketing Mix evolución de las 4 P's del Marketing. *Mejora tu empresa*. Recuperado de: [https://mejoratuempresa.com/las-8-ps-del-marketing-mix-evolucion-de-las-4-ps-del-](https://mejoratuempresa.com/las-8-ps-del-marketing-mix-evolucion-de-las-4-ps-del-marketing/#:~:text=Ya%20hemos%20comentado%20las%20primeras,%2C%20Partners%20(alianzas%20estrat%C3%A9gicas).)

[marketing/#:~:text=Ya%20hemos%20comentado%20las%20primeras,%2C%20Partners%20\(alianzas%20estrat%C3%A9gicas\).](https://mejoratuempresa.com/las-8-ps-del-marketing-mix-evolucion-de-las-4-ps-del-marketing/#:~:text=Ya%20hemos%20comentado%20las%20primeras,%2C%20Partners%20(alianzas%20estrat%C3%A9gicas).)

Rosenspan, A. (2001). Opinion Piece: Permission is not enough. *Interactive Marketing*,

2(3), 215-218. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/247834410\\_Permission\\_to\\_promote\\_A\\_conjoint\\_investigation\\_of\\_e-newsletter\\_preferences](https://www.researchgate.net/publication/247834410_Permission_to_promote_A_conjoint_investigation_of_e-newsletter_preferences)

Williamson, W; Parolin, B. (2013). Web 2.0 and social media growth in planning practice:

A longitudinal study. *Planning Practice and Research*, 28(5), 544-562. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/256059873\\_Web\\_20\\_and\\_Social\\_Media\\_Growth\\_in\\_Planning\\_Practice\\_A\\_Longitudinal\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/256059873_Web_20_and_Social_Media_Growth_in_Planning_Practice_A_Longitudinal_Study)

