Diagnóstico Express de tus Redes Sociales

Para emprendedores que quieren vender, no solo publicar

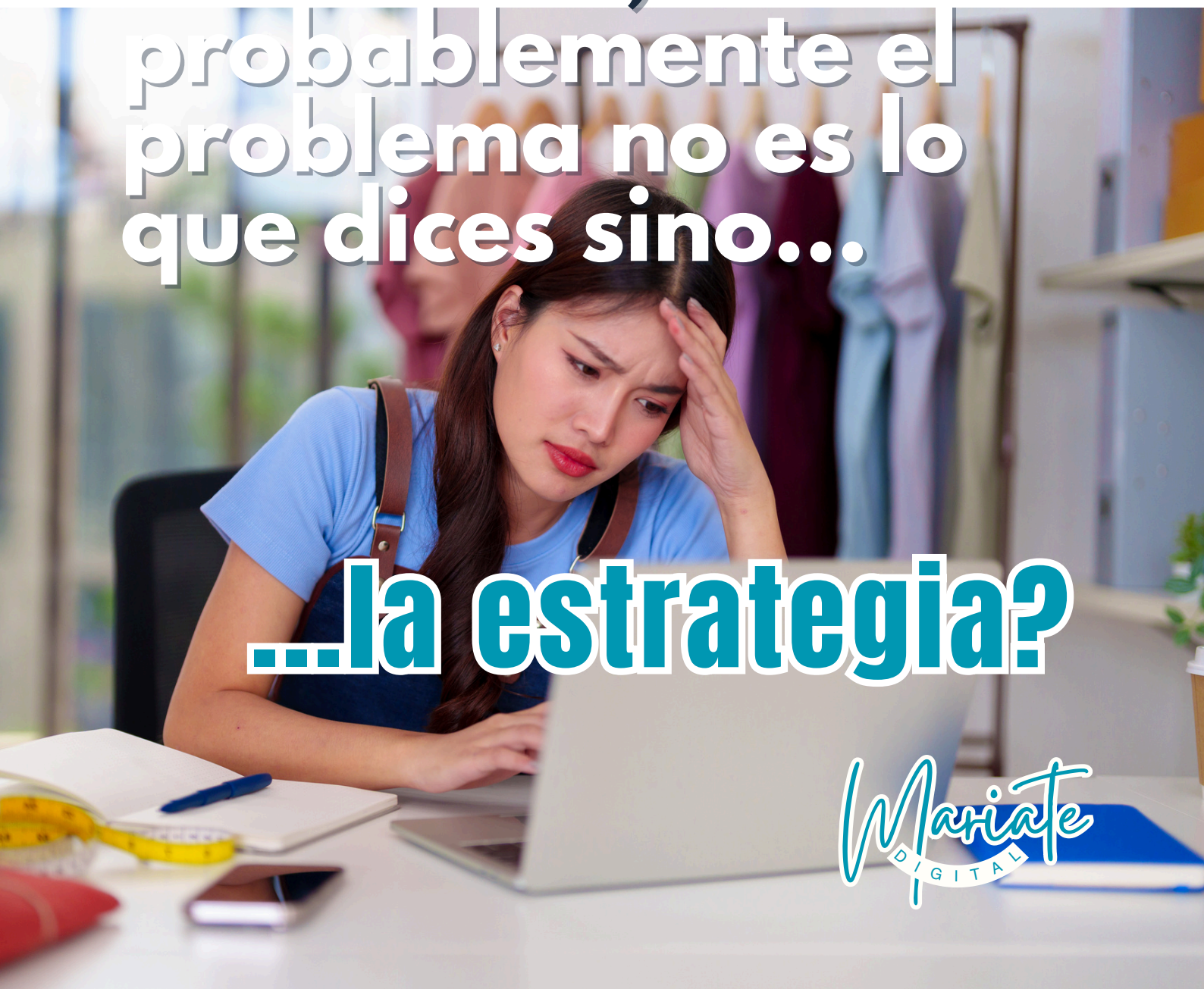
Creado por:

María Trujillo
Social Media Manager

Mariate DIGITAL

¿Haz pensado que...

Si tus redes no te están generando ventas constantes, probablemente el problema no es lo que dices sino...

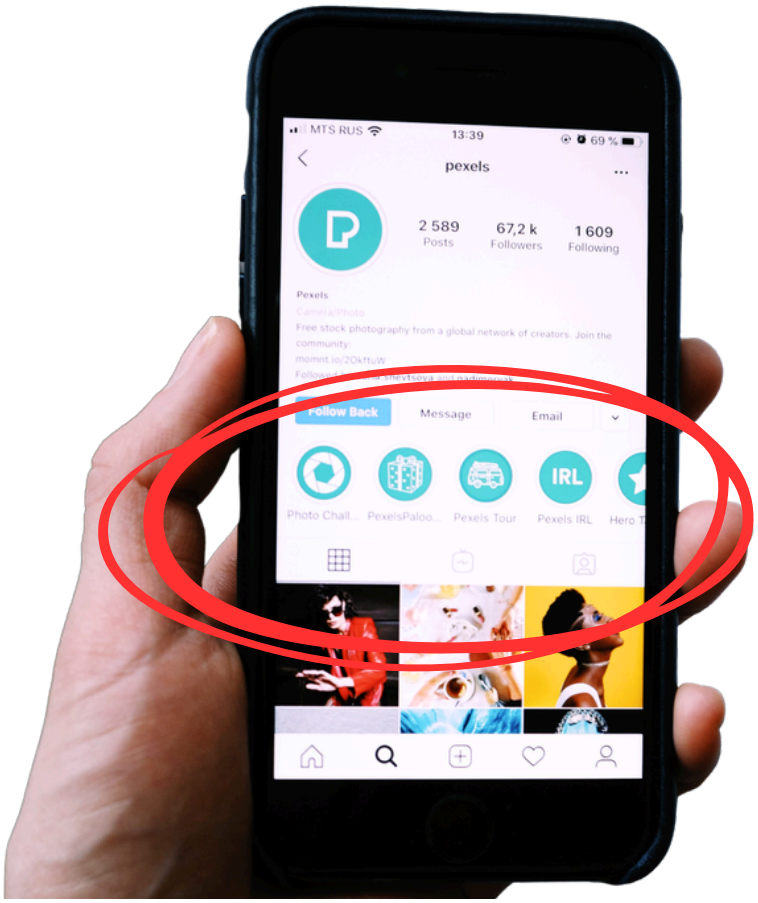


...la estrategia?

Mariate DIGITAL

Mariate DIGITAL

Analicemos 4 áreas de diagnóstico:



1. Perfil optimizado para convertir

2. Claridad de mensaje

Analicemos 4 áreas de diagnostico:

3. Estrategia de contenido

4. Conversión y ventas

Responde honestamente:

Instrucciones: A cada pregunta que respondas, dale una puntuación del 1(nada o muy poco) al 5 (definitivamente sí).

1. Perfil optimizado para convertir:

- ¿Tu biografía deja claro a quién ayudas y cómo?
- ¿Tus historias destacadas guían al cliente?

Mariate DIGITAL

Responde honestamente:

Instrucciones: A cada pregunta que respondas, dale una puntuación del 1(nada o muy poco) al 5 (definitivamente sí).

2. Claridad de mensaje:

- ¿Tu contenido está alineado con un objetivo?
- ¿Tu enlace dirige a algo estratégico?
- ¿Tu propuesta de valor es específica?
- ¿Tienes un CTA directo? (Call to action/ llamado a la acción): “Consulta al DM”, Compra en este enlace...

Responde honestamente:

Instrucciones: A cada pregunta que respondas, dale una puntuación del 1(nada o muy poco) al 5 (definitivamente sí).

3.Estrategia de contenido

- ¿Tienes pilares definidos? (Temas: educativos, bondades del producto, procesos...)
- ¿Tu contenido aborda objeciones reales?
- ¿Publicas sólo con intención de venta?

Responde honestamente:

Instrucciones: A cada pregunta que respondas, dale una puntuación del 1(nada o muy poco) al 5 (definitivamente sí).

4.Conversión y ventas:

- ¿Inicias conversaciones por DM?
- ¿Tienes guiones de cierre?
- ¿Requieres automatización para gestionar a tus clientes?

Resultados:

- 0–20 puntos → Estás perdiendo oportunidades todos los días.
- 21–40 → Tienes presencia, pero no estrategia.
- 41–60 → Estás cerca, pero necesitas optimización profesional

Lo ideal es que puedas:

1 Definir tu objetivo

Al tener claro el objetivo de tu marca, se hace más fácil definir el mensaje que deseas enviar a tu audiencia; desde el perfil hasta tus contenidos

2 Identidad visual y reconocimiento

La foto perfil, el buen uso del logo, coherencia gráfica en los contenidos, alineados al tono de la marca para facilitar reconocimiento.

3 Pilares de contenido

Establecer los temas sobre los cuales va a hablar tu marca a su público. Sólo vender aburre. Se pueden destacar otros aspectos valiosos que conecten con la audiencia.

4 Planificación

Planificar el contenido mensual basado en los objetivos, campañas y promociones vigentes, alianzas, entre otros aspectos importantes.

5 Gestión y/ o automatizaciones

Definir claramente cómo va a ser el contacto con el cliente en las interacciones de las publicaciones, en los DM´s y si este último requiere o no una automatización que permitan dar respuesta óptima.

Resumiendo...

Así como en la vida, la primera impresión en redes sociales es la que cuenta.

Un perfil bien estructurado te ayuda a proyectar credibilidad, genera confianza y da coherencia a la marca.

Luego de esto, tener claro hacia dónde quieres que estas publicaciones lleven a tus clientes.

Es fundamental tanto para los objetivos comerciales, como para la conexión que tengas con ellos.

Si tienes alguna duda o comentario no dudes en hablarme en mis redes @mariatetrujillo

Si quieres una auditoría personalizada donde analicemos tu caso y te entregue un plan de acción claro, escríbeme "DIAGNÓSTICO" por DM y coordinemos una llamada.

Mariate DÍGITAL