

CONCEPTOS
de marca y
COMUNICACIÓN
en redes sociales

¿Qué son los conceptos de marca?

Los conceptos de marca son las ideas asociadas a tu marca personal.

Ejemplo: si a alguien de tu entorno le preguntan por un Community Manager, van a pensar en ti. Porque tienen asociado el concepto “CM” con tu marca.

En tu entorno esto es muy fácil que pase, tanto por cercanía como por poca competencia (seguramente tu primo no conoce a más Community Managers), pero cuando estamos en el mundo infinito de internet...

Hay que ser pesado.

Nadie en internet se va a acordar de que hace cuatro meses subiste una story diciendo que creabas contenido para empresas.

Asociación de conceptos.

Es imposible que te asocien con un concepto si no lo tienen presente día a día. Es posible que con el tiempo, cuando ya esté muy arraigado a la mente de los demás, no haga falta que se repita todos los días.

Pero, al igual que las rutinas y los hábitos en las personas, necesitamos repetir lo que hacemos día a día durante X tiempo para calar verdaderamente en la conciencia de los demás. En este caso, de tu audiencia, principalmente.

Si tu audiencia te percibe de manera genérica, no tienes una marca. Tienes un perfil de Instagram. Tu audiencia necesita relacionarte con conceptos concretos para poder acordarse de ti. Para que cuando vea algo similar, le vengas a la mente tú.

- conceptos + memorable

Cuanto más reducidos y concretos sean tus conceptos, más fácil será que te asocien con ellos y te recuerden.

Ejemplo: un supermercado y una pastelería vegana.

Tipos de conceptos:

Conceptos profesionales: temáticas de tu profesión sobre las que vas a comunicar, crear servicios o productos. Las temáticas que vas a monetizar de manera directa.

- Ejemplo: yo soy consultora de estrategia de marca personal y negocio para Community Managers. Mis conceptos: Estrategia de marca, estrategia de negocio, community managers.

Conceptos personales: temas de los que hablas que NO monetizas pero complementan de alguna manera a tus conceptos profesionales. Estos conceptos pueden estar relacionados con tu estilo de vida, tu filosofía, tus intereses...

- Ejemplo: el color azul, gastronomía vegetariana, lectura.

¿Cuál es su uso?

Principalmente te servirán como **pilares de contenido**. En todas sus formas y plataformas: Instagram, TikTok, LinkedIn (vídeos, posts, carruseles, stories...), e-mail marketing, Whatsapp, Telegram (temáticas o secciones en tu newsletter).

Lo que vendes



Lo que dices

Práctica: tus conceptos de marca.

¿Qué conceptos definen lo que vendes?

Elige máximo 3.

¿Tus ideas de contenido se pueden categorizar debajo de alguno de esos conceptos?

<i>Concepto 1</i>	<i>Concepto 2</i>	<i>Concepto 3</i>
Idea 1	Idea 1	Idea 1
Idea 2	Idea 2	Idea 2
Idea 3	Idea 3	Idea 3