

CANALES Y
FORMATOS QUE TE

RECOMIENDO

Teniendo en cuenta tus heridas base

01

Publicaciones (feed)

- Frases clave de tu historia
- Reflexiones personales
- Testimonios o experiencias con tus procesos
- Fotos simbólicas con textos emotivos en el pie

INSTAGRAM

← FORMATOS POR LOS QUE TE RECOMIENDO COMENZAR →

02

Carruseles

- Usa carruseles para contar mini historias por partes (estructura storytelling)
- Formato indicado para mostrar una transformación, proceso o aprendizaje en 5-7 slides

03

Stories

- Uso diario para mostrarte más cercana y humana, reflexiones...
- Habla sin filtros: "Hoy me he dado cuenta de..."
- Encuestas, preguntas abiertas y stickers para hacer preguntas y generar conversación

04

Reels

- Fragmentos hablados en primera persona (usa solo la voz por ahora)
- Clips con música e imágenes genéricas con texto
- Para cuando quieras desarrollar más contenido, usa estructura storytelling

RECOMENDACIÓN

¿**Por qué?**: te va a permitir exponerte solo hasta donde tú quieras, e ir mostrando tu historia poco a poco. Es un canal que permite conexión e interacción y que apoyará el crecimiento de tu marca personal

Objetivo: Generar conexión emocional, visibilidad cercana y comunidad

Recomendación: comenzar por lo básico si no estamos cómod@s mostrándonos, partir de formatos de texto e imagen. En los Reels podemos partir de vídeo con texto, y poco a poco ir añadiendo audios nuestros, hasta que tengamos confianza para mostrarnos hablando directamente a cámara

1

Construye un concepto que te identifique, una identidad única

2

Establece una frecuencia de publicaciones, y analiza cuáles funcionan mejor, para ir aprendiendo sobre ello

3

Abre conversaciones, haz preguntas, abre espacios a la reflexión

B R E V E A N Á L I S I S

TONO

Emocional pero contenido, cercano, abierto a la escucha y a la conversación, reflexivo, sin juicio, manteniendo esa forma poética, de simbología, pero siempre con cercanía. Y habla desde el yo y la emoción que sientes tú.

FRECUENCIA

Te recomiendo comenzar por dos publicaciones en el feed, dos o tres stories de forma semanal y uno dos Reels de forma mensual.

CONTENIDO

Mostrar el día a día a nivel de pensamientos, sensaciones, reflexiones, no siempre es perfecto. Puedes unir curiosidades, datos más generales que te den un respiro también, compartir aquello que te guste leer, ver, visitar...

FORMA

Recuerda resumir o concretar, ya que Instagram es un medio en el que tenemos que extraer lo importante y darle estructura, así como captar la atención del que pase por nuestra publicación para que se quede a verla o leerla.

LOS MENSAJES

CLAIM

ADAPTACIÓN
MENSAJES
PRINCIPALES

BLOG

¿Por qué?: te va a permitir hablar de forma mucho más abierta y sincera, sin que te sientas expuest@, Tienes habilidades para la escritura y la reflexión sin que tengas límites a la hora de desarrollarlo

Objetivo: permite generar una mayor profundidad emocional y cercanía

Recomendación: Texto largo, pausado, íntimo. Nos permite ese tipo de comunicación más íntima y reflexiva, como si escribiéramos a un/a amigo/ o compañero/a. Abre espacios de reflexión y donde nos podemos extender más.

RECOMENDACIÓN

1

Puedes desarrollar en el blog y luego utilizar partes de los textos en publicaciones en Instagram

2

Establece una frecuencia de artículos (uno o dos al mes) y una serie de categorías sobre las que vayas a escribir

3

Permítete darle un enfoque personal, más cálido y cercano

B R E V E A N Á L I S I S

TONO

Emocional y cercano, aquí puedes tener menos filtros, ser más reflexiv@, sin juicio, manteniendo esa forma poética, de simbología, pero siempre con cercanía. Y habla desde el yo y la emoción que sientes tú. Cuenta historias (formato storytelling)

FRECUENCIA

Te recomiendo comenzar por uno o dos artículos al mes, es importante poner un objetivo que se pueda mantener en el tiempo.

CONTENIDO

Contar tu historia de forma más profunda y desarrollada, hablar sobre heridas emocionales y linaje, procesos de transformación o autoconocimiento, recursos prácticos así como tus propias herramientas personales

FORMA

Seguir la estructura en tres partes del storytelling, es muy importante para mantener la atención del lector, divide los párrafos visualmente y añade títulos como forma de separarlos

LOS MENSAJES

CLAIM

ADAPTACIÓN
MENSAJES
PRINCIPALES

01

Post

- Empieza con frases que llamen la atención
- Integra una mini historia personal que se conecte con un aprendizaje profesional o vital
- Termina con una reflexión o llamada a la acción suave

LINKEDIN

← FORMATOS
POR LOS
QUE TE
RECOMIENDO
COMENZAR →

02

Carruseles

- Título llamativo en la primera slide, desarrollo visual simple, y cierre emocional o accionable.
- Usa fondos neutros, tipografía clara, y poco texto por slide
- Añade en la última slide tus datos de contacto y cómo puedes ayudar

↓
04

Vídeos

- Vídeos breves (1 a 2 minutos) - empezaría usando solo el audio superpuesto a vídeos/imágenes genéricos
- Apoya con subtítulos
- Cierra siempre con una reflexión o aporte

B R E V E A N Á L I S I S

TONO

Cercano y profesional. Compartir contenidos desde el aprendizaje. Narrativa reflexiva con valor añadido: cada publicación debería dejar una idea, una pregunta o una invitación al lector.

CONTENIDO

Aquí puedes reflejar tu experiencia más profesional, proyectos y talleres en los que participes, asistas o colabores. Libros o material relacionado que estés leyendo, Tips que puedan ayudar desde el autoconocimiento pero con enfoque profesional.

FRECUENCIA

Te recomiendo comenzar por uno o dos post semanales, es más importante la calidad del contenido, manteniendo una frecuencia, que llenar la red de contenido más vacío.

FORMA

Recuerda resumir o concretar, ya que LinkedIn es un medio en el que tenemos que extraer lo importante y darle estructura, así como captar la atención del que pase por nuestra publicación para que se quede a verla o leerla.

LOS MENSAJES

CLAIM

ADAPTACIÓN
MENSAJES
PRINCIPALES