

CONSEJOS PROFESIONALES (EPISODIO 7) : COMUNICACIÓN De : *Les pies bavardes*

Astuces de pro — LA COMMUNICATION



Les Pies Bavardes

¿ Cómo hacer una buena comunicación para su empresa?

Bienvenidos al séptimo episodio de nuestra serie de vídeos producidos en colaboración con Mélanie, del blog *Les Pies Bavardes*. En esta cita mensual, Mélanie da sus consejos y sugerencias para ayudar a que su negocio crezca y le acompañe en el camino del éxito. Este mes, habla de la comunicación de su negocio creativo. Porque cuidar su visibilidad es muy importante para la viabilidad de su negocio.

¿ Cuáles son los objetivos de la comunicación? Para dar a conocer sus creaciones y desarrollar su negocio de artesanía. Por eso debe ser auténtica, escrita desde el corazón, sin adornos.

Si es usted un nuevo profesional, no espere. Ya tiene la oportunidad de comunicar antes incluso de tener productos que vender. Tus productos serán esperados y estarás construyendo una comunidad incluso antes de empezar a vender.

Existen diferentes formas de comunicación, algunas de ellas muy avanzadas. Pero hay tres formas más importantes de comunicar cuando se es una pequeña empresa artesanal: escribir un blog, enviar boletines informativos y publicar en las redes sociales.

1. Escribir un blog

Es importante crear un blog/sitio web que se parezca a ti, que refleje tu imagen de marca: te servirá de base, de referencia, para tu comunicación. Será la fuente de su comunicación.

Cuando se comunica, siempre hay que girar el discurso hacia el cliente, hacia la ventaja del cliente. Es absolutamente esencial evitar las declaraciones egocéntricas. Por eso es imprescindible conocer bien a su público objetivo para saber a quién se dirige y de qué va a hablar.



¿Qué tipo de contenido debe incluir un blog? Hay que hablar de los productos, pero también, y sobre todo, del **porqué**. El por qué es la base de su comunicación. Hablar de tu por qué significa hablar de tu experiencia vital y de tus valores, y también significa hacerte las preguntas adecuadas: ¿qué quiero aportar con mi trabajo? ¿Qué representan mis creaciones? Porque la gente tiene que entender por qué debe comprar su obra. Si no está claro, la gente recurrirá al trabajo de otro diseñador.

Si tienes miedo de equivocarte o incluso si se te acaban las ideas, puedes pedir la opinión de la gente de tu comunidad a través de preguntas cortas en tus redes sociales. Ellos te indicarán los temas que quieren ver en tu blog.

Debes publicar artículos de forma regular, aunque sea un solo artículo al mes, estructurado y bien redactado (cuidado con las faltas de ortografía), con enlaces a tus productos.

Por otro lado, no tienes que buscar nuevos temas y escribir todo el tiempo. Sólo tienes que actualizar algunos de tus artículos. Esto es muy bueno para la optimización del motor de búsqueda de Google.

¿Necesitas algunos consejos para redactar las entradas de tu blog? Descubre nuestros consejos para escribir bien y [aumentar la audiencia de tu blog](#)

2. Enviar boletines informativos

Encuentre un sistema para animar a sus clientes (o clientes potenciales) a suscribirse al boletín y mantenerse en contacto con su comunidad. Puede ser un formulario de suscripción al boletín en la parte superior de la página de inicio o en el pie de página, pero también puede colocar este formulario al final de un artículo, por ejemplo.

Existen soluciones gratuitas que te ayudan a gestionar tus boletines, como Sendinblue. De ti depende encontrar la mejor manera de enviarlos.

3. Publicar en las redes sociales

Por supuesto, las redes sociales se han convertido en algo esencial y son una gran herramienta de comunicación, pero no hay que centrarse sólo en ellas. De hecho, las cuentas en Facebook o Instagram pueden ser cerradas y puestas en la lista negra. Si esto te ocurre, perderás todo lo que hayas publicado de la noche a la mañana. ¡Es mejor centrarse en el blog!

¿Qué contenidos publicar en las redes sociales? Puedes extraer de la entrada de tu blog los elementos para poner en las redes sociales añadiendo bonitas imágenes. Lo importante es redirigir las redes sociales al sitio, y no al revés. Esto es lo que llamamos "cross-channel".

Una vez más, en las redes sociales, tienes que publicar con regularidad para aumentar tu popularidad.

4. Definir un plan de comunicación anual

Mélanie recomienda hacer un plan de comunicación anual para el blog y las redes sociales, con un tema por mes. A partir de cada tema, define cuatro temas, lo que hace que se publique un artículo por semana.

Si este ritmo le parece demasiado intenso, confórmese con un artículo al mes. Una vez que hayas encontrado tu ritmo, puedes aumentar el ritmo.

¿Cómo se hace un plan de comunicación? La idea es que sea sencillo y muy visual. Haz un calendario con colores (un color para el blog, un color para Facebook, un color para Instagram). En un abrir y cerrar de ojos, sabrá lo que tiene que hacer.

Aunque la comunicación se haga con antelación, preparada con varios meses de antelación, aún hay tiempo para adaptarla a los productos que vendes o al evento del mes (Navidad, San Valentín, Día de la Madre...).



