

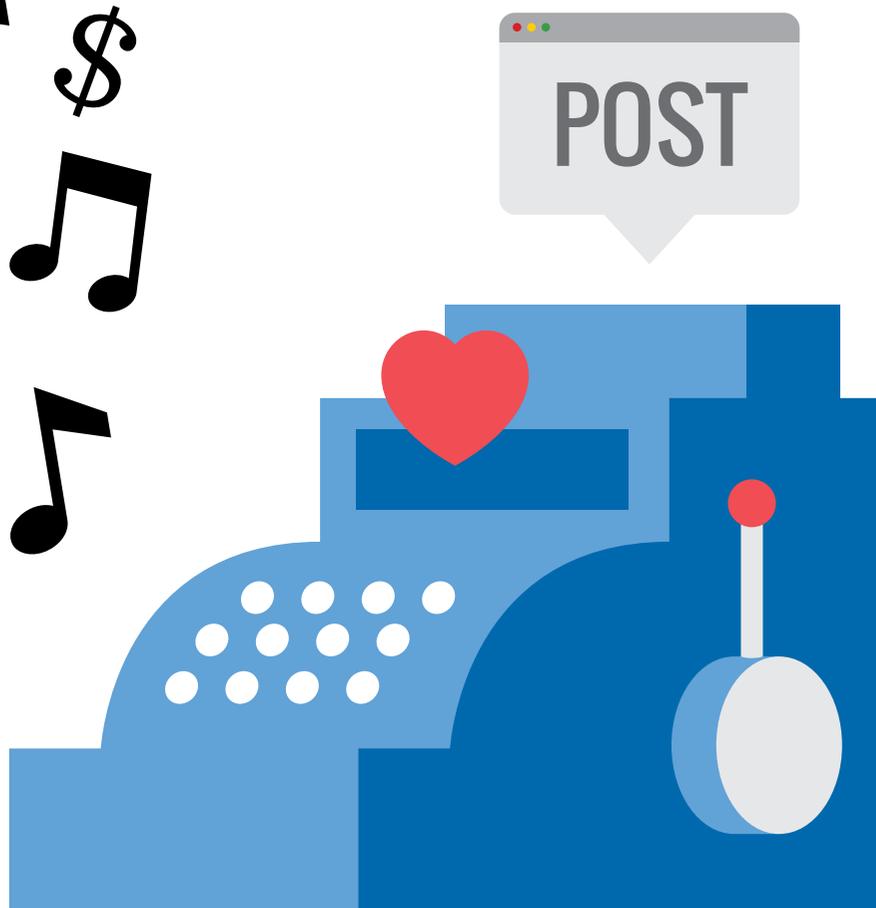
# Del Like *al* CASH

## Guía del Blogging

Crea un blog  
y haz sonar  
música a tu caja  
registradora



VÍCTOR  
SAAVEDRA  
[@convictorius](#)



SOBRE  
**EL AUTOR**

Acerca de  
**VÍCTOR SAAVEDRA**  
[@convictorius](#)



**VÍCTOR SAAVEDRA ES PSICÓLOGO,  
EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA (2003)  
VENEZUELA - ESTADO ZULIA.**

Como psicólogo formado en la función de Gestión del Talento Humano, lideró procesos de Captación y Empleo, Desarrollo de Personal, Planificación del Talento Humano, Formación, Educación y Desarrollo, Diseño y Desarrollo Organizacional para distintas organizaciones multinacionales del sector energético (2003-2014).

Luego de una exitosa carrera en puestos de alta gerencia y una sobresaliente formación en consultoría de procesos, Víctor deja a un lado el mundo corporativo para dedicarse a proyectos de emprendimiento personal.

Así funda Grupo Arquetipo, una consultora de Gestión del Talento Humano y tuversustu.com, un blog de: Psicología del cambio autoridrigido, cuyo éxito lo llevó a ser reconocido por la comunidad bloguera hispanoamericana.

Víctor es una de las nuevas referencias destacadas en temas de psicología de autor. Lo que le ha valido invitaciones frecuentes en medios de comunicación en Venezuela y el exterior por su estilo práctico, entretenido y sin filtros de abordar la psicología. Sus artículos se publican en: [voces.huffingtonpost.com](http://voces.huffingtonpost.com) e [inspirulina.com](http://inspirulina.com).

Basado en su propia historia de éxito como blogger y la experiencia ganada en el desarrollo de marcas a través de la consultoría de procesos, Víctor funda [convictorius.com](http://convictorius.com). Un web blog en el que desarrolla temas, recursos y servicios de Brand Management & Blogging.

Actualmente, Víctor es conferencista internacional y consultor de Emprendimiento, Diseño y Desarrollo Organizacional, Brand Management & Blogging en varios países. Su próximo proyecto editorial, es un libro de psicología del cambio autoridirigido, el cual se encuentra en revisión y lleva por nombre:

**“Un deseo no cambia nada. Tu vida cambia en la acción”.**



*Del*  
**Like** *al*  
**CASH**

Guía del Blogging



# ÍNDICE

Introducción

Manifiesto del Blogging 10

Storytelling 21

¿De qué escribo? 28

El Método Cinema 33

Del Like al CASH 40

Copywriting para vender más 43

Guest Blogging & Networking 49

# INTRO- DUCCIÓN

En el año 1996 menos del 1% de la población mundial estaba conectada a internet. Hoy en día, el 46 % de la población mundial tiene acceso a internet. Luego de 20 años, y de manera progresiva, casi el 50% de los habitantes del mundo han sentido el impacto de internet en sus vidas. Internet sigue cambiando el mundo y la manera de concebirlo.

El desarrollo del comercio digital, ha transformado industrias, creado otras, y perfeccionado nuevos modelos de negocios de utilidades nunca vistas.

Personalmente, pienso que uno de los hitos de mayor beneficio que nos ha brindado la industria del comercio digital, es que cualquier marca puede estar en la vitrina de internet. No importa si eres una marca posicionada o una startup. Todas pueden tutearse y competir valiéndose de su propia inventiva y base de recursos.

Del “Like” al “Cash”. Guía del Blogging, trata de cómo prepararte para competir en la vitrina de internet con un blog de conversión que haga sonar música a tu caja registradora.

Esta guía fue pensada y realizada para nivelar tus conocimientos básicos acerca de blogging, de la misma forma en que lo haría una conversación entre amigos.

Inicia con un sentido y personalísimo “**Manifiesto del Blogging**”, el cual tiene el propósito de recordarte las lecciones aprendidas de esta guía, así como todas las aristas que debes tener presente para hacer un blog de conversión.

Aquí encontrarás píldoras para perfeccionar tu storytelling, técnicas breves para aplicar copywriting, métodos para facilitar tus rutinas de trabajo en

cuanto a producción de contenido y tácticas comprobadas para hacer blogging y networking efectivo. Todo esto con un tratamiento del lenguaje que hace del texto un activo digerible, concreto y práctico.

Como te has descargado esta guía, y es una evidencia que formas parte de ese 46% los habitantes del mundo con acceso a internet, te invito a prepararte para surfear, vender y divertirte como nunca antes.

## ¿Quién ha dicho que vender por internet tiene que ser un estrés?

No será tan fácil ni rápido como crees. No voy a mentirte. Así que depende de ti cabrearte o motivarte. La buena noticia es que es posible y depende enteramente de ti. Así que empieza a desarrollar un pensamiento preventivo para levantarte y no decaer mientras lo logras.

Quiero aclararte que esta guía no tiene el objetivo de orientarte en los aspectos técnicos de la creación y programación de un blog como lo haría un programador o webmaster. Su utilidad radica en detallar el paso a paso de cómo producir contenido para encaminar un blog de conversión en condición online, offline y en fase de blogging y networkig.

En resumen, esta guía es un consumado de prácticas y experiencias de todo lo que yo hubiese soñado conocer en mis inicios como blogger. Hoy me ha tocado a mí poner todo ese conocimiento de una forma práctica y entretenida a tu disposición. Espero que te sea útil. Y disfrutes, el camino Del “**Like**” al “**Cash**”, tanto como yo lo hecho.

¡Queda de tu parte, activar tu genio, carácter y ambición!

¡Éxito! La suerte es para los que no están preparados, y luego de la lectura de esta guía, no será tu caso.

**Víctor Saavedra**

Septiembre 2016

MANIFIESTO  
**DEL BLOGGING**

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 01

## “LA REACCIÓN” ES LA REINA

De seguro has escuchado la cuestionada frase: “El contenido es el Rey”. Pues, mientras los defensores del SEO o el COPY, discuten quién sigue siendo el Rey, tú deberías centrarte en las bondades de reconocer que: “La reacción” de tus visitas en tu blog, es “La Reina”. No te desgastes en una trampa caza bobos intentando descifrar, si es el SEO o el COPY lo más importante para monetizar tu blog.

Pensar que la “La reacción es la Reina”, te ayudará a producir más y mejor contenido centrado en las verdaderas necesidades de tus visitas. Favorecer esa “reacción” a través de contenido (texto, imágenes, audio, video) activa todos los algoritmos de posicionamiento y optimización que le dan oxígeno y vida a tu blog.

Descifrar el secreto de la vida online, consiste en aprender a generar, una y otra vez, esa “reacción” que tiene como fin sumar más tiempo de retención y permanencia de tus visitas en los registros de tus informes y estadística. De esa forma ganarás dinero. Queda en segundo plano si lo haces a través de SEO o COPY, en primer plano queda que generes: “La reacción”.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 02

## INSPIRÁTE MÁS. INSPIRA MÁS

No menosprecies tus ideas para generarle “La reacción” a la Reina. Por muy ingenuas o embarazosas que parezcan ¡No las eches a un lado! Es necesario para que éstas tomen mejor forma que definas categorías temáticas. Es decir, categorías generales acerca de lo que quieres escribir y temas específicos asociados a esas categorías que te ayuden a distribuir mejor tus ideas.

¡Ideas van a venir muchas! Empieza escribiendo un máximo de dos post en simultaneo. Ya que con tres empezarás a extraviarte sin retornar al sentido esencial de cada post. Recuerda que escribir para tocar la fibra sensible de tus visitas, no significa que no vayas a hablar de tu propia fibra sensible o te olvides de hablar de ti.

Contar experiencias personales conectan muy bien con las historias de otros, solo y si, las pintas como tuyas y las sabes contar distinto.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 03

## ESCRÍBELO DISTINTO

Sé un rompe reglas, un rebelde con causa, un inconforme. Propicia el caos manteniendo cierto grado de orden. Trabaja con la norma, al borde de la norma y fuera de ella cuando escribas.

Y aunque te tengas la sensación de estar generando contenido de un tema que hoy consideras un “refrito”, siempre existe la posibilidad de salirte del cuadro e imprimirle tu propio sello de marca a ese tema.

Por ejemplo, cuando escribí el post: “3 técnicas psicológicas para mejorar la calidad de tus conversaciones”, sabía que, a pesar de introducir un tema con un título en apariencia convencional, el texto completo podía generar polémica dentro del gremio psicológico. Y de hecho lo hizo.

Concéntrate en eso. En esencia tu estilo tiene que romper con lo convencional, la norma y tradición. Y para ello, tienes que sentir mucha confianza en ti. A tal punto que puedas imaginarte en un ring, defendiendo tus argumentos, y hacerlo, sintiéndote un ganador.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

04

# ENCUENTRA TU TEMA MARCA

Cuando haces blogging te das cuenta muy pronto que un tema te viene mejor que otro. Haz de ese tema la especialidad de la casa de tu blog.

Es cierto, te ayudará mucho, aprender antes a contar historias tradicionales con un estilo diferente. ¡Pues no pierdas tiempo! ¡De ahí saldrá tu tema marca! En mi caso, uno de mis temas marca en el área de desarrollo personal es: “El poder del cambio autodirigido”. De hecho, de ese tema marca nació mi primera identidad online: @cambioesaccion, y el hashtag #TuVidaCambiaEnLaAcción. En poco tiempo ambas coordenadas perfilaron el desarrollo de mi reciente identidad conocida hoy como @convictorius #cambioesacción.

A lo que me refiero es que tu tema marca debe ayudarte a evolucionar. Y darte la oportunidad de conectar con una audiencia hambrienta de tus ideas que eventualmente exigirá sin anestesia más perfeccionamiento de tu parte.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 05

## COMUNÍCATE CON EL CORAZÓN

Entiende algo, Google no distingue cuál contenido posee más relevancia y calidad que otro. Ahora bien, porque Google no sea un robot humano, no significa que la reacción emocional y psicológica que genera tu contenido no favorezca su posicionamiento.

Entre otras variables no menos importantes, lo que antecede al hecho de figurar en las primeras posiciones del “ranking” de búsquedas Google, a través de un contenido, es una reacción “Like” o “Share”. Y a su vez, lo que antecede a ese “Like” o “Share”, es una “Emoción-Reacción” tan humana como la que “Google, el robot humano” desearía sentir y no siente.

¡Muestra tu lado humano! Te comunicas con el corazón cuando tu audiencia logra reaccionar y conmoverse en la sensación de estar escuchando en voz alta su propio diálogo interno.

Cuando tú creas contenido sensible y humanizado, creas sensaciones e imágenes vivas que laten en la esencia de tu mensaje con las que tu audiencia, ten por seguro, se va a identificar. Tuve esa sensación y confirmación antes, durante y después de escribir el post: “8 lecciones de vida que deberías haber aprendido de tus padres”.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 06

## DIVIÉRTETE **MÁS**

Diviértete. Relájate. ¡Muéstrate abierto, directo y conectado!

Ser docto, magnífico, ceremonioso y solemne funciona solo para el protocolo de publicación de una revista científica. No para escribir un blog.

Un estilo original no basta. En ocasiones debes aderezarlo con una manera entretenida de comunicarte. De tal manera que pueda ser divertido para tus lectores la experiencia de leerte y conectarse contigo.

Al escribir un post, sabes que te estás divirtiendo cuando: 1) lo que escribes te brota una sonrisa o estalla en carcajada, 2) te imaginas la cara de alguien y sonríes, 3) sabes que serás blanco de haters y no te importa, 4) tu contenido te hace espejo y puedes reírte sanamente de ti mismo, 5) tu contenido le brindas a tu lector la oportunidad de reírse sanamente de sí mismo. Por ejemplo.

:)

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING



# NO ESCRIBAS PARA TODOS

Una creencia nada realista, muy común al empezar un blog, es escribir creyendo que tu contenido gustará a todos. Esa creencia, además de irreal como un delirio, llega incluso a paralizar tu creatividad. Te deja sin nada que escribir durante un largo tiempo que pudo haber sido muy productivo sin esa creencia en la cabeza.

¡Te digo!, el espectro de internautas y sus preferencias temáticas son tan variables que todos tenemos un nicho a donde llegar. Así que no aspiras cubrirlos todos y empieza a segmentar tu audiencia, con el fin de dirigirte a ella con más eficacia, mediante temas de afinidad común.

“Menos, es más”: Esta premisa figura como una palma solidaria en el hombro.

La clave es producir contenido teledirigido. Pero sobre todo producirlo para aquellas personas que ya se registraron en tu lista de suscriptores. Son ellas las que sienten una clara afinidad por tu trabajo. Con ellas harás tus primeras conversiones y pondrás a sonar la reconfortante melodía del “Cash”.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

08

RECONOCE  
Y COLABORA

¿Quieres dinero, influencia y autoridad? Desde hoy te llamas jugador de equipo. ¿Quieres ser reconocido? Pues, reconoce. Desde ahora y para siempre reconocerás el trabajo de valor que también otros hacen. No sólo mirarás tu ombligo, también mirarás los ombligos de otros.

Deja de mirar por sobre el cuello de tu camisa a quienes con su talento pueden en su vuelo impulsarte a volar a ti también.

¡Nunca te hará menos!, reconocer con honores las enseñanzas de un héroe y mentor. Tampoco te restará humildad, agradecer con profunda sinceridad, que otro te proclame su héroe o mentor.

Puedes hacer mucho solo. Aunque siempre puedes hacer muchísimo más haciendo equipo.

Tu trabajo individual es una bomba localizada estallando precisa en el objetivo planeado. Tú, en equipo, transformas ese estallido en una onda sísmica en expansión... ))))) **¡BOOM!** ))))) **¡BOOM!**

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 09

## DALE LA MANO A TU AUDIENCIA

Tu audiencia es quien te apoya. Pero no pierdas de vista, que también tiene licencia para hacerte críticas para que mejores. Mantener la interacción con ella, no sólo se trata de contestar a tiempo correos o comentarios en redes sociales, dar “likes”, compartir o comentar sus post. Se trata de propiciar espacios de conexión online y offline, donde puedas hacer un cara a cara con ella con reiterada frecuencia.

Le das la mano a tu audiencia cuando: 1) generas guías o contenidos gratuitos para facilitarles soluciones, 2) realizas webinars sin costo o por invitación, 3) organizas un meeting con fines más productivos que sociales, 4) apoyas causas, programas o eventos a beneficio de un bien común entre ambos, 5) tomas en cuenta su opinión para mejorar la producción de tus contenidos, productos y servicios, 6) ofreces descuentos especiales de tus productos, exclusivos para tu lista de suscriptores 7) públicas con frecuencia en tu blog, es decir, “te dejas ver”, o 8) das señas del desarrollo de tus nuevos proyectos con fines colaborativos.

MANIFIESTO  
DEL BLOGGING

# 10

## ADOPTA UN MÉTODO

Te he dicho que seas un rompe reglas, un rebelde con causa, un inconforme, que propicies el caos manteniendo “cierto grado de orden”. De esto último, se trata “adoptar un método”.

Es que hasta para convertirte en un rompe reglas tienes que contar con un método para organizar el momento de romper los vidrios. Incorpora un método que le brinde una mejor estructura a tu rutina de trabajo y la perfeccione.

El método que adoptes para organizar tu rutina de trabajo debe tener la bondad de impulsarlo. Más no de hacer las veces de una camisa de fuerza que ate tu productividad. De ser así, no vistas esa ridícula pinta que te hará lucir comercialmente cero.

Eligiendo el método correcto podrás librarte de muchísimo relleno y desperdicio. Y lo mejor, podrás ganar mucho, mucho tiempo. ¡Y esto es invaluable! Recuerda que el tiempo es el único recurso no renovable de la historia de todos los tiempos...

STORYTELLING

# Storytelling

Las historias pueden hacer feliz a la gente. Hay gente que se enamora de historias. Y hay historias que cambian la vida de la gente.

El storytelling es el arte de contar historias que causen ese efecto.

Claro está que hay historias que pueden también entristecer o causar indiferencia a la gente. El punto es que hay historias para todos. Las historias no se acaban y todos tenemos una historia que contar.

## Todos tenemos una historia

Todos tenemos una historia con la que otros pueden conectar.

Pero atención: ¿Se necesita ser un buen contador de historias o bastaría que una historia tenga un gran mensaje para conectar con otros?

¡Es la bala y el francotirador!, esa es la historia :)

**Tú dirás, ¿Y cómo creo una historia “bala” que conecte?, ¿Cómo me vuelvo un francotirador?**

Al crear y relatar una historia, debes tomar en cuenta dos elementos clave que hacen de una historia, una “bala” teledirigida.

### 1. Trabaja con “Identificaciones”

Por ejemplo, ¿Te ha pasado que cuentas una historia que crees fantástica y no llega nunca a captar la atención ni el interés de tu interlocutor? La historia puede ser muy buena, pero tú eres un FAIL contándola.

Esto sucede porque no hay nada en el mensaje de esa historia en cuanto a sensibilidad, utilidad, provecho y goce que pueda conectar a tu interlocutor contigo.

Debes saber que hay historias que activan en las personas, en mayor o menor grado, ciertas “identificaciones”.

## ¿Qué es una identificación?

Te has preguntado por qué sigues viendo la misma película retro por “hasta/cuando/vez”, aunque la encuentres por la mitad o casi terminando?. Sin duda, esa película retro activa en ti, ciertas “identificaciones”.

**Una identificación** es una imagen, escena, atributo, gesto, palabra, personalidad o ese “algo” que te engancha de una historia o un personaje porque activa de modo parcial, moderado o total una conexión emocional y psicológica que toca sensiblemente tu mundo, y a la cual, le otorgas un significado relevante.

Esa “afinidad” que toma tu atención y te implica a la manera de un llamado, es una “identificación”.

Así que incorporar y poner en evidencia “identificaciones”, al momento de contar una historia, resulta muy útil para generar una “Reacción positiva” en el mejor de los casos a tu interlocutor.

Por otra parte, y aplicando el concepto a la relación blog–visitas, mantener a una visita atenta durante todo el tiempo que dure tu historia no es un arte menor. Y tiene que ver más con tu capacidad de modelar un “estilo” narrativo.

## 2. Modela un estilo Narrativo

Actualmente, el tiempo de retención y permanencia de visitas en un blog es un factor que Google está considerando con mayor rigor para calificar un contenido como relevante y posicionarlo en los primeros lugares del ranking de búsquedas. Así que, si buscas valerte de este factor retención y permanencia para: i) redirigir tu tráfico a una Landing page de tu blog, ii) conseguir más suscripciones, o iii) favorecer tu estrategia SEO, pues busca primero perfeccionar tu estilo narrativo.

¡Y con ello me refiero a contar de un modo especial, las mismas historias que otros ya contaron con un estilo personal!

¿No parece nada alentador, cierto?

No seré yo quien te mienta diciéndote que será fácil. Pero también debo decirte que: Aunque te cueste narrar “con buen estilo”, esto es algo ineludible y necesario para desarrollar una línea editorial diferenciable y consistente con la que muchos puedan a familiarizarse con tu proyecto.

Sabes que tienes un estilo propio cuando al fin puedes decir: “Si saben cómo soy, para qué me invitan”

:)

## ALGUNAS PÍLDORAS PARA PERFECCIONAR TU ESTILO

Empieza un ejercicio deliberado de introspección.

- 1. Descríbete a ti mismo al margen de tu propia vigencia personal.** Solo “aquí y ahora, presente”. Este es un ejercicio muy útil para refrescar tu autoimagen. La cual debe comunicarse en forma de sello de marca a través de todos tus contenidos.
- 2. Utiliza adjetivos para describir tus cualidades y sustantivos para designar valores,** que tú supones modelas a otros. Valida tus impresiones con gente de confianza que no le importe decirte si aciertas o no.
- 3. Confirma que tus contenidos sean una verdadera expresión de tu voz.** Acostúmbrate a realizar al menos dos versiones del mismo contenido, no te apresures a publicarlo de inmediato, a menos que su naturaleza lo exija. Dale un tiempo mínimo de revisión de un día para otro. Notarás los cambios a favor de haberlo hecho.
- 4. Escribe en una frase la descripción de tu nuevo estilo narrativo.** Este es un método de filtro que te ayudará a recordar el estilo que definas para ti en todo momento y cada vez que te dediques a generar contenido.

En mi caso, mi frase de estilo narrativo, se lee: “Tengo un estilo de escritura que connota un tono experto, y a su vez, comunica mensajes de manera directa, práctica y entretenida”.

¡Intenta 3 frases que describan tu estilo narrativo, ahora! Estoy seguro que este ejercicio será un gran comienzo para ti.

1. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿DE QUÉ  
ESCRIBO?

## ¿De qué **Escribo**?

Escribir es una expresión de tu psicología personal.

Tiene que ver con significar tu mundo interior y comunicar tus ideas.

De eso deberías escribir, de aquello que conoces, vives y se te haría fácil hablar en una conversación social o de amigos. Jamás de un Copy & paste de aquello que no significa nada para ti.

## ¿De qué escribo?

Esta es la pregunta del billón de blogs. En todas mis conferencias, workshops y masterclass, la gente se acerca a decirme: ¡Genial, ya entendí! Ahora, la cosa es: ¿De qué escribo?

Voy contigo.

### **1. Identifica un tema general de tu interés.**

No te quiebres tanto la cabeza en este punto. Te sugiero que sea un tema del que hables usualmente con personas de confianza o salga a relucir con frecuencia en tus conversaciones sociales.

¡No me digas que solo hablas de sexo, religión y política! Porque, aunque fuese cierto, todavía puedes ser más específico y decantar más.

Piensa por ejemplo si te vendría bien hablar de tu negocio, oficio, viajes, familia, emprendimiento digital, educación, deportes, marketing, fotografía, desarrollo personal.

Cualquier tema general que elijas, debe ser representado luego, en toda su cobertura por una secuencia de “categorías”.

## ALGUNAS PÍLDORAS PARA IDENTIFICAR UN TEMA

Empieza con esto:

**1. Identifica palabras vinculantes a un tema general de tu preferencia**, y estructura con ellas, una secuencia de categorías de la misma manera en que segmentarías el menú de inicio de tu blog.

Te daré un ejemplo, de cómo hice esto con mi primer blog: [tuversustu.com](http://tuversustu.com).

Cuando me propuse hacer mi primer blog, quería compartir mi experiencia y visión de la psicología con otras personas que no fuesen necesariamente psicólogos. Es más, no me interesaba esa audiencia. En esa situación, mi planteamiento inicial, fue: ¿Cómo hablo de psicología sin hablar directamente de psicología? ¡Era para darle la vuelta!. Así que en ese momento me resultó, muy bien para empezar a fluir, elegir el tema de: “El poder del cambio autodirigido”.

Las palabras vinculantes que identifiqué para ese tema general, y que estructuraron mi menú de inicio en forma de categorías, fueron:



¡Sentí un alivio cuando pude sentirme satisfecho con esta estructura inicial!

Me encontraba listo para el próximo paso.

**2. Define temas y familia de palabras.** ¡Temas vendrán muchos! Una vez que estructures tus categorías, aprovéchalas para distribuir en ellas todos los temas de los que quieres hablar. Cuidando que esa distribución sea equivalente a un sub grupo temático o familia de palabras en tu menú de inicio.

Por ejemplo, en el blog [tuversustu.com](http://tuversustu.com), esto lo hice así:

CATEGORÍAS	MOTIVACIÓN	RELACIONES	PRODUCTIVIDAD	PSICOLOGÍA
TEMAS	Mundo Interior	Padres	Liderazgo	Positiva
	Desarrollo personal	familia	Metas	Resiliencia
	Bienestar Emocional	Amigos	Negocios	Estrés
	Espiritualidad	Equipos	Procrastinación	Ansiedad
		Pareja	Gestión de tiempo	Depresión
		Trabajo	Emprendimiento	Sexualidad

Como ves, se trata de realizar una estructura de categorías y temas con la que puedas luego gestionar y administrar con mayor facilidad un plan de contenidos.

Esta es una ventaja invaluable cuando empiezas a generar contenido para tu blog. Ya que esta estructura te permite: i) decidir por dónde empezar, ii) distribuir de manera equitativa la producción de contenido por temas, y iii) planificar la producción de tus próximos contenidos en función al feedback que recibas de ellos.

**¡Esto es productividad!**

EL MÉTODO  
**CINEMA**

## El Método Cinema

Entiende algo. Una cosa es generar contenido y otra es hacerlo viral. Este método puede ser muy efectivo para facilitar la producción de tus contenidos y expandir su alcance.

El método cinema está inspirado en la forma de reflejar los registros técnicos de una producción cinematográfica en una claqueta de filmación. Hace años colaboré en la producción de un cortometraje que obtuvo una mención honorífica en el Festival de cine Manuel Trujillo Durán, un festival de cine muy reconocido en mi país.

Así que inspirado en esa experiencia de filmación y de cómo estructurar una historia fílmica, he creado y adoptado este método de producción de contenidos. Resulta muy útil para facilitar la elaboración de un post y planificar tu plan de contenidos. La ficha del método, simula una claqueta y se ve así:

<b>TÍTULO</b>	
<b>CATEGORÍA:</b>	
<b>TEMA:</b>	
<b>FECHA:</b>	
<b>AUTOR:</b>	
<b>GÉNERO:</b>	
<b>ESTRUCTURA:</b>	
<b>ETIQUETAS:</b>	
<b>HASHTAG:</b>	
<b>MENTION:</b>	
<b>URL:</b>	
<b>IMAGEN:</b>	
<b>PRESUPUESTO:</b>	

Utiliza esta ficha para cada uno de los post que vayas ideando. De tal manera que, en la acción del registro de ficha, vayas perfilando mejor el desarrollo general del post y su dirección.

Sigue las indicaciones de registro para cada apartado teniendo en cuenta lo siguiente:

**TÍTULO:**

No debe sobrepasar los 70 caracteres. Lo ideal sería que en 70 caracteres o menos, resuelvas el título + un acortador de enlaces (bitly por ejemplo) + un #hashtag. En caso contrario, no excedas sobre la misma fórmula los 120 caracteres de tweet. Evita los títulos abiertos, genéricos o ambiguos que no contengan las palabras clave del texto.

**CATEGORIA:**

Defínela en función a las categorías del menú de inicio de tu blog. De esta manera empezarás a medir la cantidad de contenido elaborado para cada categoría.

**TEMA:**

Defínelo en función a los temas vinculados a las categorías del menú de inicio de tu blog. De esta manera empezarás a medir la cantidad de contenido elaborado para cada tema.

**FECHA:**

En este apartado puedes simplemente registrar la fecha de publicación de un post. O puedes programar con anticipación la producción de temas en función de la revisión de fechas calendario claves como efemérides mundiales o eventos vinculantes a la temática general de tu blog.

**AUTOR:**

Registra el nombre del autor del post.

**GÉNERO:**

Tal y como se define para una producción cinematográfica. El género de un post destaca un estilo narrativo orientado a generar un clima de drama, aventura, comedia, suspenso, ficción. Así mismo, resolver su definición a través de un post bien logrado, es un recurso muy útil para mejorar tu storytelling.

**ESTRUCTURA:**

Describe la estructura de contenido de un post en cuanto a su diagramación, forma y tipo. Algunos ejemplos: Post de Listas, Post de opinión, Post “How to”, Quotes con imágenes.

**ETIQUETAS:**

Son todas aquellas etiquetas o palabras clave que vinculas a un post desde una nueva entrada de tu blog.

**HASHTAG:**

Definida para etiquetas de redes sociales #

**MENTION:**

Hacer una mención a otros perfiles o marcas amplifica el alcance de tu post. Además de ser un gesto de reconocimiento a otros, representa el primer paso para hacer networking.

**URL:**

Incorporar enlaces en tus post de otros web blog, es tan beneficioso como que otros incluyan enlaces a tu blog. Google califica muy bien esto en su ranking.

**IMAGEN:**

Utiliza una galería de imágenes originales cada vez que puedas. En caso contrario, siempre debes hacer mención a la fuente.

**PRESUPUESTO:**

Voy aclararte algo. Si quieres hacer negocios en internet, tienes que invertir en internet. No está mal que pagues un poco para promocionar un post. Yo lo he hecho cuando un post tiene un tráfico orgánico relevante y con el propósito de hacer un remate.

Un ejemplo de una de mis fichas:

<b>TÍTULO</b>	<b>8 lecciones de vide que deberías haber aprendido de tus padres</b>
<b>CATEGORÍA:</b>	Relaciones
<b>TEMA:</b>	Pareja
<b>FECHA:</b>	18/11/2014
<b>AUTOR:</b>	Víctor Saavedra
<b>GÉNERO:</b>	Drama
<b>ESTRUCTURA:</b>	Opinión + lista
<b>ETIQUETAS:</b>	Aprendizaje, Hijos, Padres
<b>HASHTAG:</b>	No
<b>MENTION:</b>	Episodio V, Star Wars
<b>URL:</b>	imdb.com, latino.starwars.com
<b>IMAGEN:</b>	Galería gratuita
<b>PRESUPUESTO:</b>	0

Este post de mi blog, filtrado con el método  
cinema, tiene a la fecha más de 2.3k Shares

🏠 Home / Familia / 8 lecciones de vida que deberías haber aprendido de tus padres.

2.3k  
Shares



## 8 lecciones de vida que deberías haber aprendido de tus padres.

Publicado por: Victor Saavedra en Familia, Relaciones 18/11/2014 8,982 Visitas

Tweet

Me gusta

Compartir

1385

G+

135

in

Share

94

Pin it

2

DEL LIKE  
**AL CASH**

## Del Like al **CASH**

Hasta ahora hemos hecho énfasis en cómo causar una reacción “Like” a tus visitas mediante la producción de contenido con un estilo narrativo propio que consiga más tráfico y suscriptores. Sé que no puedes esperar más para saber:

### **¿Cómo hacer dinero con tu blog?**

Para hacer sonar música a tu caja registradora tienes que gestionar en simultáneo diversas fuentes de conversión.

Es decir, administrar desde tu blog, diversas herramientas que representen distintas fuentes de ingreso de dinero. La elección de estas fuentes de conversión dependerá de la naturaleza de tu negocio y de la estrategia de ventas que hayas definido antes.

**Comenzemos:**

Las herramientas de conversión básicas para monetizar un blog, son:

	<b>FUENTES DE CONVERSIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1	Google adsense.	Publicidad Google de pago por click.
2	Landing page de infoproductos.	Venta de eBook, guías, talleres, podcast.
3	Landing page de servicios.	Venta de servicios profesionales online.
4	Paypal.	Método de pago seguro por tus productos y servicios
5	Banners por Publicidad directa.	Ingresos por publicidad directa.
6	Patrocinios.	Ingresos por patrocinio de productos y servicios.

Todas estas herramientas de conversión van a “habilitar las condiciones” para que tu blog monetice. Eso no significa necesariamente que con ellas vas a vender o ganar dinero de inmediato.

**¡Y ahí es dónde está el estado del arte!**

El 83% de los bloggers declinan antes de aprender a diseñar y ejecutar una estrategia de conversión efectiva. Esto ocurre porque tiene la creencia de que las herramientas de conversión por sí solas les darán dinero.

Ante esto, mi respuesta es que hace falta mucho más que un blog habilitado en condiciones de conversión óptimas para llegar a vender. Una de mis técnicas preferidas para vender a través de un blog y que activa los algoritmos y códigos de conversión es el copywriting.

COPYWRITING  
**PARA VENDER MÁS**

## Copywriting para vender más

El copywriting es una técnica de escritura persuasiva diseñada para favorecer una decisión de compra.

A través de textos de inducción, ambientación y seducción el copywriting conduce con eficacia tu estrategia de ventas, fidelizando, a su vez, a tu audiencia con tu marca.

El copywriting es una poderosa herramienta para construir una marca “Like”. Es decir, una marca atractiva que cautiva y es fácil de amar.

Quien tiene un nivel de dominio sobresaliente del copywriting, puede considerar que tiene un ¡súper poder!

## ¿Por qué el copywriting es un súper poder?

Comunicarse es un acto psicológico.

Comunicarse mejor es una habilidad psicológica.

Comunicar el valor de lo que vendes a través de un escritura inteligente, persuasiva e influyente, es ¡Magia de la pura! Cuando logras comunicarte de esa manera estallan los aplausos, llueven papelillos de colores y ganas el precio de tu valor en el mercado.

Como ves,

El copywriting puede exaltar lo mejor de tu talento y darle paso a tu grandiosidad comercial.

Copywriting es técnica para escribir textos que ayudan a vender más. Esto es posible a partir de una cierta combinación y elección de palabras exactas, en un orden específicamente exacto que puede incitar, sugestionar y estimular el acto de comprar.

¿Estás pensando lo mismo que yo?: - ¿Quieres aprender a hacer eso?

¡Ja!

Empieza tomando esta píldora...

# ALGUNAS PÍLDORAS PARA VENDER MÁS

## El ABC del copywriting

Existen muchas maneras de usar y aplicar el copywriting. Este es un ejemplo de lo que sería un ABC para aquellos textos de tu blog que tienen como fin promocionar un infoproducto (ebook, guía, taller, evento, producto, podcast)

**1. Concéntrate en los títulos.** Redacta título simple, breve y compuesto de palabras clave. No abuses de adjetivos. Para los motores de búsqueda los adjetivos no son significativos para rankear. Esto es porque los usuarios hacen búsquedas del tipo: casas en venta, trabajo de contador, qué es marketing, oportunidad de negocio.

**2. Identifica una jerga.** Identifica un código de lenguaje, una terminología que debería tener presencia transversal y de manera consistente durante todo el cuerpo del texto. Esta jerga tiene que ser familiar para la audiencia a la que diriges el mensaje. Que hables como ellos ayudará a conectarte.

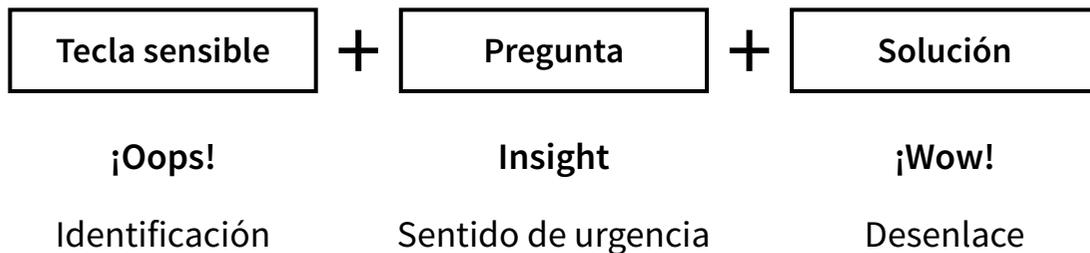
**3. Utiliza Beat words.** Las beat words son esas frases que pegan y resuenan en la mente de tu audiencia con un efecto de rebote. Son esas frases construidas con palabras que tienen un gran significado. Puedes recurrir incluso, a tu lema de marca. Expresado en una forma limpia o con una variante. En mi caso, por ejemplo, una de las beat words que utilizo para reforzar mensajes de “cambio autodirigido”, es: “Un deseo no cambia nada. Tu vida cambia en la acción”.

**4. Afina la Melodía.** Lee en voz alta el texto. Varias veces. Y valida si la sonoridad de la lectura del texto en voz alta, cuenta con un fraseo melódico, armonioso y acompasado. En resumen, el texto tiene que sonar bien pensado y en clave de buen ritmo. Haz afinado la melodía cuando cualquier persona que lea el texto, logra hacerlo sin comprometer su respiración y sin perder la fluidez de su lectura.

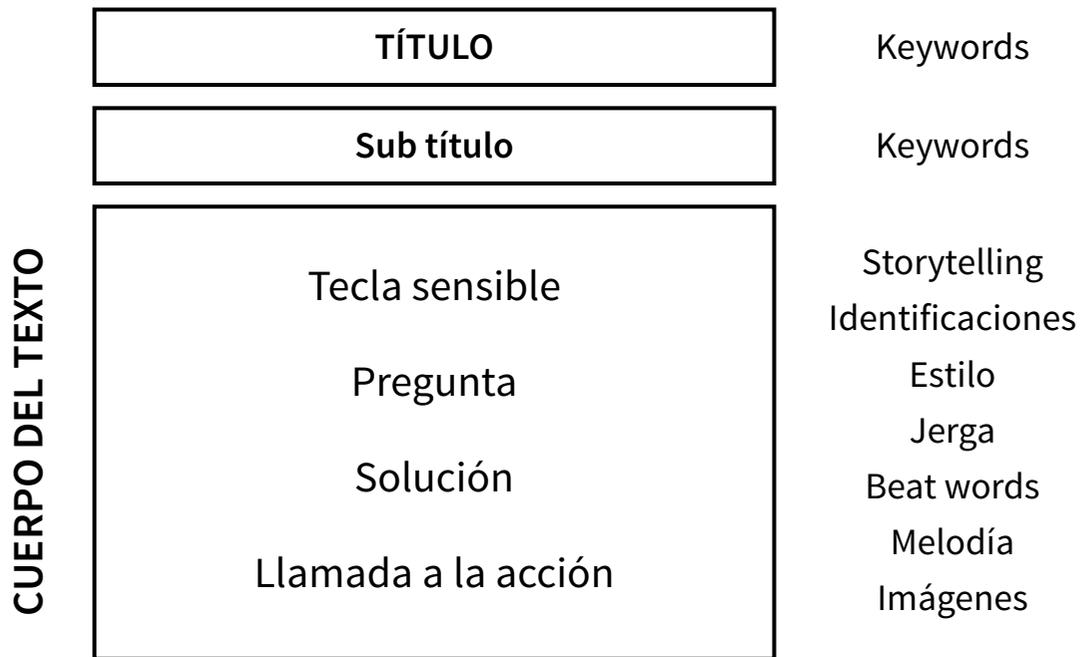
## Aplica el esquema del copy.

El esquema del copy armoniza los siguientes elementos:

- Un argumento que a través de ciertas identificaciones toque una tecla sensible.
- Un sentido de urgencia evidenciado en forma de una pregunta que genere un insight.
- Un desenlace que genere una llamada a la acción mediante la promesa de una solución.



La radiografía de un texto con copywriting se vería así:



Ten por seguro que aplicando este ABC del copy, obtendrás resultados favorables e inmediatos. Practica este ABC con los copy de tus post en redes sociales y veras sus efectos.

El copywriting a mayor escala requiere de mucha planificación, generación y sincronización de contenidos, distribuidos en diversas fases estratégicas de una campaña o un plan de marketing de contenidos.

GUEST BLOGGING  
& **NETWORKING**

## Guest Blogging & Networking

Lo primero que debo decirte es que gran parte de mis ingresos provienen de estas prácticas.

Ya has aprendido a:

- i) Generar contenido para tu blog.
- ii) Incorporar fuentes de conversión para monetizarlo.
- iii) Aplicar el esquema del copywriting para vender más.

Sin embargo, la clave para hacer sonar, una y otra vez, música de tu caja registradora, es **saber asociarte con personas y circuitos de alto potencial comercial.**

## ¿Cómo conseguirlo?

Con Guest Blogging & Networking lo conseguirás.

## Guest Blogging

Participar como blogger invitado y hacer (guest blogging) en otros blogs hace un eco musical que deja tu caja registradora resonando :D. Esto se debe a que colaborar en otros blogs considerados de interés para tu audiencia, perfila muy bien tu marca y la insufla de autoridad.

### Cómo hice por primera vez guest blogging

En el año 2013, cuando empecé mi primer blog: [tuversustu.com](http://tuversustu.com), había conseguido antes de terminar el año casi 15 mil seguidores en redes sociales. En general el blog tuvo muy buena recepción por parte de los internautas y la comunidad bloguera hispanoamericana.

En octubre 2014, el periodista, autor y conferencista venezolano Eli Bravo, me invitó a colaborar como Guest Blogging en su portal de bienestar: [inspirulina.com](http://inspirulina.com), en el cual, también participan a la fecha otros motivadores y especialistas en superación personal como: Maickel Melamed, Ismael Cala, Ivan Loscher, Alberto Sardiñas, Ciara Molina, Fernando Celis, Leo Alcalá, Samar Yorde y Maytte Sepulveda.

Esta primera participación como Guest Blogging en el portal [inspirulina.com](http://inspirulina.com), me trajo grandes satisfacciones en lo personal y laboral. Y sin duda hizo despegar mi marca personal con un propósito más profesional. Estoy seguro que, sin ese primer impulso, hoy no estuvieras leyendo esta guía :)

Entendí en base a esa experiencia las bondades de participar como colaborador en otros portales.

## **2 grandes lecciones aprendidas de esta experiencia:**

1. Colaborar y reconocer el talento de otros bloggers en vuelo ascendente, puede impulsarte a volar a ti también.
2. Hacer guest blogging es necesario para expandir tu influencia y conectar con otros circuitos de interés.

Puedes hacer mucho solo. Aunque siempre puedes hacer muchísimo más haciendo equipo. Conocí a muchas personas que se convirtieron en clientes y un sin número de bloggers interesantísimos. Algunos de ellos, me invitaban constantemente a participar en concursos de blogging. Así que, en abril 2015, postulé mi blog [tuversustu.com](http://tuversustu.com), a su primer concurso.

### **Resultado:**

Obtuve el 4to lugar en la categoría: “Salud y Vida Sana” en la 9ª edición de los Premios 20Blogs que organiza anualmente el reconocido bloque editorial español: 20minutos. En esa edición participaron 7.221 blogs. ¿Nada mal para ser la primera vez, cierto?... ¡El tráfico y las conversiones de mis servicios crecían!

Una de las ventajas más relevantes de hacer un blog es que impulsa tu carrera y te enseña a exigirte más concentración y esfuerzo para perfeccionar tu marca. Lo cual hice, de inmediato.

Siguieron sucediendo cosas maravillosas. En septiembre 2015, The Huffington Post, el diario online más leído en Estados Unidos, me incorpora a su staff de bloggers de la sección: “Vida y Salud”.

Mis post empezaron a publicarse en la edición para Latinoamérica: The Huffington Post Voces, en donde hacía comunidad con destacadas firmas hispanoamericanas como la Dra. Nancy Álvarez, Julio Bevione y Alessandra Rampolla.

### **Lo que necesitas hacer tú, antes de hacer un guest blogging efectivo:**

1. Identifica blogs en los que puedas colaborar. Yo lo hice utilizando agregadores de contenido. Flipboard, Feedly, Reddit, Bitácoras, Menéame, pueden serte útiles para identificar los portales de mayor ascendencia en tu circuito temático.
2. Prepara una carta de auto postulación para colaborar en otros portales, a fin de no improvisar en una petición tan relevante para tus intereses. No puedes parecer un novato. No te tomarán en serio.
3. Postúlate para colaborar, tomando en cuenta las condiciones de publicación de cada portal. No te metas en todos. Algunos portales no te van a favorecer. Debes ser más selecto en tu elección. De tal manera de no desperdiciar tus balas.

## Networking

**Networking es el arte de ser un auténtico jugador de equipo.**

Saber asociarte haciendo networking con personas y circuitos de alto potencial comercial, también significa valerte de tu reciente ascendencia y autoridad para darle un nuevo precio a tus servicios y productos basado en el valor que ahora tú estimes y consideres para ellos.

¡Guao! Se dice fácil pero como cuesta llegar aquí... Cuando llegues a este punto podrás hacer sonar música de tu caja registradora, de forma online y offline.

**Hacer un Networking efectivo, según mi visión, es sumar circuitos de influencia que retroalimenten el tuyo.**

**Ventajas de ser un auténtico jugador de equipo:**

Desde ahora y para siempre te encuentras en mejor posición para:

1. Vender tus productos y servicios más rápido,
2. Venderlos a mejor precio y sumar audiencias en cualquier lugar del mundo.
3. Te permite viajar y conocer gente maravillosa.
4. Te da mayor exposición en medios de comunicación.
5. Recibes mejores ofertas y patrocinio para desarrollar tus proyectos.

## LA OFERTA ABIERTA DE GUEST BLOGGING Y NETWORKING QUE TENGO PARA TI...

Sabes, actualmente no soy el único que publica en [tuversustu.com](http://tuversustu.com). Luego de 2 años de tantas alegrías y satisfacciones, he transformado mi blog en un blog colectivo con espíritu de equipo ¡Y tú también puedes publicar en él!

¿Te apasiona escribir?

Si te teclan los dedos "solitos" al pensar en temas de: Motivación, Desarrollo Personal, Bienestar Emocional, Relaciones, Familia, Pareja, Equipos, Liderazgo, Emprendimiento, Productividad, Resiliencia, Metas, Psicología y Coaching, pues... ¡Tienes alma, pulso y corazón de blogger!

Si estás interesado(a), en publicar en [tuversustu.com](http://tuversustu.com), escíbeme a: [tuversustu@gmail.com](mailto:tuversustu@gmail.com), y te enviaré todo lo que debes saber para publicar con nosotros.

Una última pregunta...

¿Te queda claro cómo hacer Guest Blogging & Networking? :)

Y bien, ahora que estás preparado para hacer un blog de conversión que lleve tu marca del "Like" al "Cash", recuerda todo lo aprendido en esta guía y empieza ahora:

**¡Con la victoria en la mente y los  
resultados en las acciones!**

Un deseo no cambia nada #TuVidaCambiaEnLaAcción

Del like  
**al CASH**  
Guía del Blogging

Textos

Víctor Saavedra

Diseño y diagramación

Nelson Velásquez



© Todos los derechos reservados. 2016