

Y llegamos al módulo tres, titulado "Modelo de atracción digital" y particularmente, hoy vamos a ver el primer contenido de este módulo que se llama "Fundamentos de una estrategia de atracción".

Dentro de lo que tiene que ver con el plano digital de las redes sociales y el contexto en particular, las conductas de consumo, nosotros como consumidores y al momento de elegir qué contenidos ver, a qué contenidos prestarle mayor atención y qué contenidos desasignar, vamos teniendo ciertas tendencias. Dentro de estas tendencias, vamos a ir encontrando que hay ciertos fundamentos a tener en cuenta para establecer nuestra estrategia de atracción digital y en particular en esta unidad, vamos a ir, bueno, conociendo algunas de ellas, ¿no? Dentro de los fundamentos de una estrategia de atracción, vamos a encontrar tres elementos particulares, tres fundamentos que me gustaría compartirles a continuación.

El primer elemento que vamos a encontrar lo vamos a llamar "Audencia antes que clientes", audiencia antes que clientes. Hemos visto a lo largo de, bueno, muchos años de trayectoria, muchos años de recorrido, que muchas cuentas, muchos emprendedores, muchas empresas incluso, van y trabajan su comunicación digital, sus redes sociales habitualmente solamente a clientes, en definitiva, tratan de conectarse con alguien que va a ser una transacción con nosotros, con nuestra marca y demás. Hoy en día, muchos de estos tipos de cosas que quizás en otro momento del consumo, en otro momento cuando se habla de marketing, o en otro momento a nivel social, podría ser una buena estrategia efectiva, al momento de acercarnos y al momento de obtener resultados en materia de lo que venimos haciendo.

Actualmente, esto cambió. Y es por esto, que decimos que el primer principio de la atracción digital es que antes de pensar en comunicarse con clientes, pensar en construir una audiencia, porque, en definitiva, construir una audiencia que está asociada a algún tipo de interés que sea afín a la marca que vos estás guiando, algún tipo de identidad que sea afín al segmento al que vos querés abordar, algún tipo de atributo que a vos te interesa, en este caso, satisfacer con un producto o servicio. En particular, construir audiencia nos va a permitir no solamente dar a ese segmento que estaría dispuesto a comprarnos, incluso inmediatamente, hay un trabajo muy interesante de un autor que escribió "The ultimate sales machine", que se llama Jet Holmes, en donde él dijo que dentro de lo que tiene que ver con la escala de personas que ven nuestro contenido, solamente el tres por ciento está dispuesto a comprarnos inmediatamente. Luego hay una escala de personas que está en otro estado, considerando la propuesta, más cerca de una conversión, más cerca de un reconocimiento, sin embargo, no está con esa intención transaccional de compra. Entonces, si nosotros le hablamos solamente a aquellas personas que están en ese tres por ciento, posiblemente nos estamos perdiendo mucho volumen de gente que estaría interesado en nuestro producto, que estaría interesado en la forma en la que trabaja nuestra empresa, en los temas que aborda y demás. Sin embargo, si no está habitualmente, nos estamos perdiendo una serie de comunidades que, posiblemente, sean interesadas de poder acompañar, educar, para acompañarlo en ese proceso de contacto más transaccional y que nos compre. Por eso decimos que antes de pensar en los clientes, de comunicar a los clientes, de compartir contenidos para clientes, pensar en compartir contenidos para una comunidad, que dentro de esa comunidad van a estar nuestros clientes. Sin embargo, si solamente nos abocamos a ese porcentaje mínimo de personas que transaccionarían con nosotros, posiblemente nos estamos perdiendo muchas oportunidades de encontrar gente que estaría dispuesto a acompañarnos, que transaccionará en un futuro, que quizás, en un futuro no transaccionará con nosotros, pero efectivamente nos va a seguir, nos va a dar la confianza, nos va a interactuar, va a generar algún tipo de promoción o difusión de nuestra, de nuestra web, de