

Llegamos a nuestro segundo contenido dentro de este módulo que llamáramos modelo de atracción digital y particularmente, vamos a profundizar en uno de los principios que vimos anteriormente en el primer principio en concreto, el que habíamos dicho que se llamaba audiencias antes que clientes. Y, para eso, vamos a estudiar un poquito qué tipos de audiencias son las que existen dentro de toda la comunidad a la cual podemos alcanzar.

Dentro de lo que tiene que ver, al momento de estudiar tipos de audiencia, entendemos que puede haber distintas fuentes o distintos orígenes y distintas atributos y características que pueden tener una audiencia para llegar a nosotros y para eso vamos a definir, particularmente, cuatro tipos de audiencia que vamos a ir comentando en este apartado. Los cuatro tipos de audiencia son los siguientes: las audiencias creadas, las audiencias ganadas, las audiencias pagadas y las audiencias orgánicas.

En este caso, vamos a encontrarnos con estos cuatro tipos de audiencia y ahora vamos a ir hablando un poco más sobre cada una de ellas. La primera audiencia que vamos a encontrar, vamos a llamarla "Audiencia creada". Las audiencias creadas son aquellas audiencias que se generan por la acción directa de la marca, en este caso, de nuestra propia marca, de la persona que le que estamos asesorando de la marca de su empresa de su emprendimiento, en definitiva, cuando nosotros estamos pensando un post o autor una foto, un carrusel, un video, los distintos tipos de contenidos que podemos, en este caso, compartir con nuestra comunidad, directamente de la marca hacia la comunidad, estamos hablando de que se trate de una audiencia creada, son audiencias que llegan a nosotros por el contenido orgánico, natural, que vamos realizando desde nuestro accionar, en definitiva, desde las publicaciones que vamos haciendo en nuestras redes sociales, las audiencias van conociendo eso, lo van compartiendo lo van difundiendo entre otras personas y en definitiva, genera que nuestra propia acción vaya haciendo a esa audiencia general. En este caso es el primer tipo de audiencia que tenemos que considerar y le vamos a llamar "Audiencias creadas".

Sin embargo, hay un segundo tipo de audiencia que le vamos a llamar "Audiencias ganadas", a diferencia de las audiencias creadas, en donde había una acción directa de la marca con la comunidad, cuando nosotros estamos hablando de que a nuestra comunidad también llegan otras personas por audiencias ganadas, estamos hablando de que hay la intervención de un tercero, en definitiva, otra marca, otra persona que, por alguna acción que hace con su comunidad, también nos conoce a nosotros. En definitiva alguien que está etiquetándose y por esa etiqueta otra persona llegue a conocernos, es decir no es una acción directa nuestra, es una acción de un tercero que hace que se vincula en su comunidad. Cuando otra persona comenta en nuestro perfil, nos deja un me gusta o comparte nuestra publicación no es una acción directa nuestra, es una acción de un tercero, pero eso hace que también su comunidad sea su comportamiento o sus acciones en redes sociales y nos conoce a nosotros. Cuando alguien hace un vivo con otra marca, en definitiva le llega a sus contactos y también va a ver nuestra marca, va a ver que está hablando con otra marca y puede ingresar a nuestro perfil y demás. De esta manera no son acciones directas nuestras el llegar a esas personas, sino que necesitamos la intervención de un tercero y a esta intervención de un tercero, cuando una comunidad llega de esta manera, le vamos a llamar a audiencias ganadas. A estas audiencias ganadas, generalmente se construyen mediante relaciones, por eso dentro de nuestra estrategia digital, además de la creación de contenidos, nosotros también deberíamos estar pensando de qué manera podemos empezar