

La obsesión del me gusta, a la busca de interacciones + Infografía

¿Porqué la obsesión del me gusta?



La obsesión del me gusta es una pequeña explicación del porqué buscamos en nuestras publicaciones los **Me Gusta** y, sobre todo, las interacciones.

Más allá de los estudios realizados por Universidades del otro lado del Atlántico, en los que se habla de adicción, tanto tú como yo, también necesitamos de los famosos **Me gusta** de las [Redes Sociales](#), a todos nos apetece que nos den una palmadita en la espalda cuando hacemos las cosas bien.

Seas un profesional dedicado a este campo, como si eres alguien que tiene su cuenta para mantener el contacto con sus familiares o amigos, cuando escribes un post o pones una foto, es para que lo lea tu audiencia.

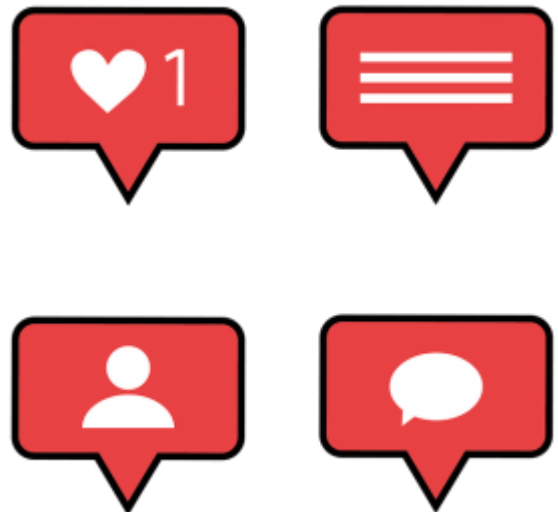
Por tanto, es evidente que te va a gustar que le den al botoncito.

Ahora bien, ¿esto te beneficia?.

La obsesión del me gusta. Buscamos interacciones

Si se trata de un **negocio o marca personal**, y tenemos un [Blog](#), nos gustará que nos hagan comentarios en cualquier perfil que tengamos, buscaremos la interacción con nuestros lectores porque se trata de visibilidad, de humanizar [nuestra marca](#) y demás, hasta aquí está claro.

Ahora bien, siendo así, buscamos vender, entonces deberemos interpretar el número de veces que nos pulsan el botoncito de acuerdo a [nuestro objetivo](#), que, previamente, endríamos que haber definido.



Las marcas buscan [leads](#) que se conviertan en clientes, y, en ese caso, ¿los me gusta son igual a más ventas?.

No, necesariamente.

Es obvio que utilizaremos nuestros **posts** o entradas del **Blog** para conseguir atraer futuros clientes, [público objetivo](#), es inevitable entonces que demos la opción a nuestro lector para que, mediante un botón, alguna acción realice, pidiendo información o pulsando sobre otro lugar de nuestro sitio, una [llamada a la acción o CTA](#).

Para esto tendremos que ofrecer algo a cambio, un contenido de

valor, a este se le conoce como [Lead Magnet](#), sea un cupón de descuento, un ebook, sorteo o algún recurso para que el visitante comparta sus datos con nosotros, poca gente lo hará a desconocidos.

Tenemos que convertir lectores en clientes, estamos empatizando, [generando interacciones](#).

Hay que pensar que, por ejemplo, si tenemos una Agencia de Viajes y publicamos fotos bonitas de lugares diferentes obtendremos muchos **Me gusta**, pero de ahí a que te reserven un tour todavía te queda camino por trabajar.

Los Me gusta no son equivalentes a ventas, empatiza primero con el lector

[Cuando algo quieras vender, no seas plasta y primero, déjate querer #negocio #emprender #marketing #socialmedia #proyectosocialbytes Clic para tuitear](#)

La obsesión del me gusta. Buscando interacciones



En el caso de un perfil personal, tenemos nuestro círculo de amigos y posteriormente vendrán personas que se sienten atraídas por lo que escribimos o publicamos.

Posteamos en función de nuestros gustos, aún así necesitamos que nuestros amigos interactúen con lo que ponemos, es como conseguir su beneplácito. Obviamente se trata de otra cosa, ahora no buscamos vender algo, estamos poniendo fotos o

artículos que nosotros mismos consideramos como publicables.

De la misma forma que tú publicas, a los demás también les parecería bien que pulsarás el botoncito porque, al fin y al cabo, se supone que te alegras de que a tu amigo tenga sus gustos o aficiones.

En definitiva, si quieres optar a tener muchas interacciones deberías de hacer lo mismo con tus amigos, no seas cutre y dale al botoncito.

Tendrás que mantener el contacto con tu audiencia, las Marcas saben muy bien como hacerlo, añadiendo cada día pequeños posts que les llevan a convertir clientes, un post está estudiado, en cada mensaje se utilizan técnicas de [Copywriting](#) y de [NeuroMarketing](#), para poco, a poco, entablar esa empatía necesaria.

Cuando te dedicas a la [Gestión de Comunidades Online](#), hay veces que tendrás que explicarle a tus clientes que esto no es llegar a Internet y tener más clientes, esto es un proceso que conlleva varios pasos.

Pasos que deberíamos seguir

1. **Busca** donde está tu cliente
2. Visibilidad, te tienen que conocer
3. **Genera confianza**, habla con tu comunidad
4. Pregunta o investiga sus **necesidades**
5. Luego ofrece las **soluciones**

5 TIPS PARA CREAR COMUNIDAD

**BUSCA TU TARGET O
PÚBLICO OBJETIVO**



**HAZTE VISIBLE EN
TUS PERFILES O
BLOG**

**EMPATIZA Y
HUMANIZA TU
MARCA**



**INVESTIGA Y
PREGUNTA POR SUS
NECESIDADES**



**OFRECE
SOLUCIONES A SUS
PROBLEMAS**



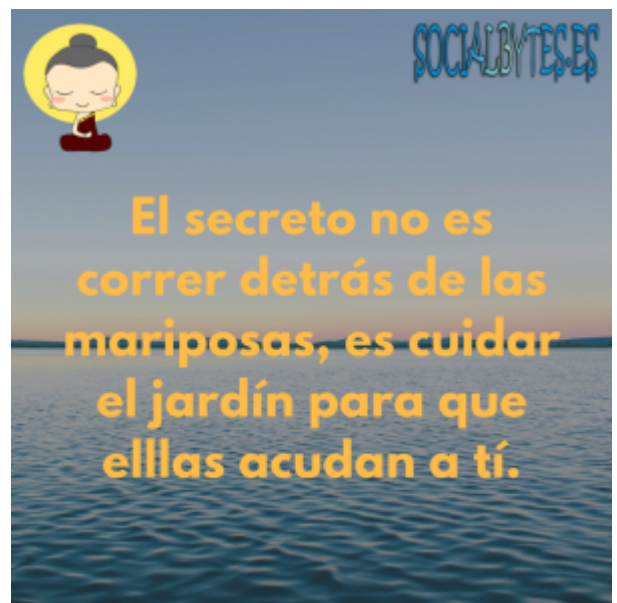
Y esto, estimado cliente, lleva tiempo y trabajo.

[Si no quieres tener tu negocio boca abajo, es evidente que deberás dedicarle tiempo y trabajo #blogging #marcapersonal #socialmedia #proyectosocialbytes Clic para tuitear](#)

Conclusiones

Una de las principales causas de abandono de los **Blogs** es la falta de perseverancia, algo que no entiendo, debido a que si montáramos un **negocio** tradicional, también habría que darle tiempo.

Los **Blogs** se crean a montones, la mayoría se abandonan en el primer año.



La obsesión por las **Redes Sociales** viene dada cuando no se tienen objetivos claros o bien cuando se utilizan estas para el mero entretenimiento o vigilancia de lo que hace tu vecino, jajaja.

Nada tiene que ver, desde el punto de vista empresarial, las interacciones con las ventas.

Se utilizan estas herramientas para mantener la cercanía con tus clientes, aprendiendo de sus necesidades obtendrás productos y servicios concretos para ellos.

Si tienes dudas sobre este tema será un placer ayudarte, te puedo contar muchas más cosas.

Gracias a [Pixabay](#) por las imágenes.

Como siempre, son bien recibidos los comentarios.

No pierdo las ganas y esto va a más, muchas gracias a tí por leerme, me alegro enormemente de haber comenzado este [Proyecto](#).

Si te gusta lo que has leído, considera invitarme a [un café](#).