

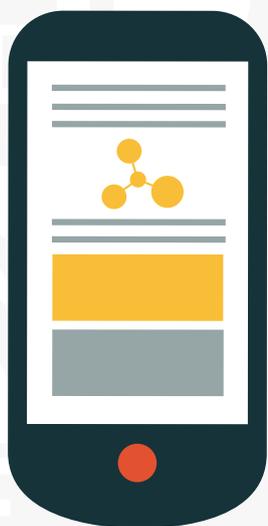


INTRODUCCIÓN

En plena era 2.0 es imprescindible que las empresas estén presentes en Internet; aquella ya vieja frase: "Si no estás en la red, no existes" cada vez gana más fuerza. Pero mucho más allá que tener una web, un blog o una página de Facebook, es igual de importante construir tu marca y cuidar de tu reputación en el entorno online.

Acuérdate que los clientes, antes de visitar tu clínica para realizar su primera sesión, buscarán en Internet opiniones y comentarios de usuarios de tu clínica, investigarán tu página web corporativa, como actúas en redes sociales y buscarán todo lo que puedan saber sobre ti antes de decidir visitar tu negocio. Debes construir tu marca en la red para ofrecer la imagen que quieres que represente tu clínica estética.

La buena noticia es que actualmente contamos con herramientas muy accesibles que nos permiten, ladrillo a ladrillo, edificar las bases de nuestro negocio en el universo de Internet, como por ejemplo los blogs y las redes sociales. Estos dos serán tus mejores aliados en la construcción de tu marca digital y serán los canales de entrada directa de más cliente, más ventas y más rentabilidad.





BLOG



Los blogs son páginas webs fáciles de crear, mantener y publicar. Debido a esta estructura tan sencilla a cada día miles de personas se aventuran en la jornada de crear su propio blog, su bitácora. En medio a esta guerra deberás crear un blog con propia personalidad que emita un mensaje diferente de todos los demás. Debes ser auténtica, única, singular, constante y fresco.

AUTÉNTICA

El blog puede ser una puente directa entre tus ideas y el público que quieres captar. Por esa razón, defina bien el tipo de clientes que tienes y los que quieres atraer; esa información es importante no solamente para montar tu blog, sino que para conocer el perfil de los clientes y tomar las decisiones más acertadas.

ÚNICA

El contenido que generes debe ser exclusivo y 100% creado por ti. Está bien buscar fuentes de información para formar tus opiniones y alimentar ideas, pero al escribir y publicar acuérdate siempre de expresarte a ti misma. Sé honesta, los usuarios lo sentirán seguro.

SINGULAR

Ofrece algo que no haya en ningún otro blog, ya sea relacionado a diseño, contenido, propuesta, ofertas. Debes ser singular, debes crear expectación, debes ser pop en tu sector, debes ser una "it girl" de las clínicas estéticas.

CONSTANTE

De nada valdrá tener un blog si no tienes tiempo para dedicarte a ello. Antes de poner en marcha tu plan, prepara un cronograma de cuando exactamente sentarás para escribir, participar de eventos y crear tu contenido. En tu agenda también deberás definir cuándo y cuantas veces publicarás posts; es muy importante crear estas "reglas", tanto para tu disciplina, como para la costumbre de tus usuarios.

FRESCO

Un blog, blog de verdad, debe ser actual, novedoso, debe adelantar tendencias. Ese ejercicio será útil para actualizar tu blog, pero también captar las principales novedades del sector y aplicarlas en tu clínica estética antes de tu competencia.



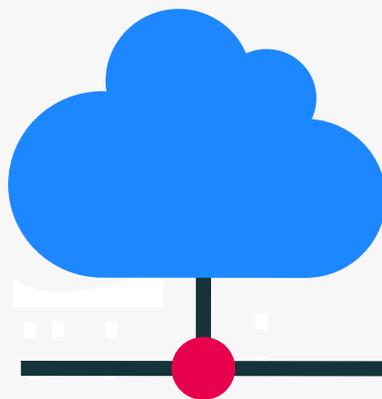
TRUCOS PARA CREAR EL CONTENIDO DE TU BLOG

Intenta definir y utilizar palabras claves en el título, texto y etiquetas de todos tus posts. Las palabras claves son aquellas que definen exactamente de qué se habla en tu contenido. Si estás hablando de las últimas novedades en equipamientos de depilación, por ejemplo, las palabras claves más adecuadas serían “mejores equipamientos depilación”, novedades depilación” “tendencias depilación”, etc. Este truco permite que tus artículos sean bien posicionados en buscadores y puedan llegar a más personas. Personas = clientes.

Crema artículos utilizando diversos recursos gráficos como galería de imágenes, fotos, videos, slides y cualquier otra herramienta que haga el post divertido y agradable.

Títulos tipo “Ranking de los mejores...” “Últimas tendencias...” “Los 5 mejores...” son geniales para captar la atención de tus clientes.

Networking: del mismo modo que te gusta ser leído, los demás bloggers también. Investiga y conoce otros profesionales de estética y entabla amistad con ellos en la red. Es una gran forma de hacer contactos relevantes en el sector estético y difundir aún más tu clínica.





FACEBOOK

Es sin dudas la red social más popular y que nos permite la creación de perfiles y páginas de empresas que podemos compartir con nuestros clientes y elevar la interacción a otros niveles. Facebook ofrece estadísticas sobre las publicaciones que más tuvieron éxito, las que más tuvieron “me gusta” y que más fueron compartidas. Podrás saber también quiénes son tus clientes y trazar un perfil de tu público. Esa información es importante para saber actuar ante las diferentes personas que se interesan por tu clínica estética.

Piensa bien en tu imagen de portada y perfil, ellas hablan mucho de ti y de tu clínica estética. Crea relaciones de colores e ideas entre el blog y tus perfiles para que los usuarios sepan que eres tú.

Cumplimenta todas las informaciones de contacto de tu clínica estética para que tus clientes puedan encontrarte: añade tu dirección, teléfonos, web y blog. Las publicaciones en Facebook que tienen más éxito son aquellas que son acompañadas de imágenes, así que abusa de los recursos visuales para captar la atención de los usuarios.

Mezcla contenido de tu blog, comunicados de tu clínica estética con otros artículos interesantes. ¡No debemos ser egoístas!

Contesta siempre todos los comentarios y preguntas de tus usuarios; esta es una de las formas que tus clientes miden tu atención al cliente. Un Facebook lleno de preguntas sin respuesta es señal de dejadez, lo que puede dar a entender que haces lo mismo en tu clínica.

Integra las demás redes sociales a tu Facebook a través de aplicaciones. Así optimizas tu tiempo y lo que publica en una red social, se actualiza automáticamente en las demás.

Una de las últimas tendencias en el sector estético es ofrecer reserva de citas online a través de Facebook. Actualmente, algunos sistemas de gestión de clínicas estéticas ofrecen esta gran herramienta. Si no dispones de uno, puede que sea momento de estudiar de implantar un programa que ofrezca herramientas de marketing.

Participa de grupos, comunidades, fanpages (incluso de tu competencia) que sean interesantes para ti como dueño de salón de belleza. Es importante que estés presente en todo relacionado a la especialidad de tu clínica estética. Es también una forma de mantenerte actualizado sobre todo lo que ocurre en este mundo.



TWITTER

Twitter es una red social con un concepto diferentes, a través de ella podrás compartir mensajes de 140 caracteres. Aquí lo que vale es decir cosas realmente brillantes y directas al grano.

Aquí, funciona bien también el Networking y mencionar personas relevantes: para ello basta introducir una arroba en tu tweet y escribir el nombre del usuario de quien estás citando. Escribe tus mensajes, menciona personas interesantes, crea tendencias con las "hashtags" y haz retuítas de otras publicaciones interesantes.

En Twitter puedes seguir tus perfiles favoritos y también puedes permitir que las personas te sigan. Aquí, cuanto más seguidores y menos seguidos tengas, más relevante será tu cuenta.

Comparte las novedades de tu blog y web, suelta la imaginación y crea frases divertidas y geniales. Sé constante, pero no abusivo. Publica a cada día, con intervalos entre un tweet y otro para no agobiar tus seguidores.

Analiza los mejores horarios de publicación para que tus mensajes lleguen a más personas. Como ya sabes, Internet es un medio ágil y tu mensaje estará en la "timeline" por escasos minutos; tienes solamente este tiempo para enganchar.



GOOGLE +

Es la red social de Google que no tuvo demasiado éxito. Si tienes cuenta en Gmail, tienes perfil en Google+. Pese a que sea una red social poco popular ella es imprescindible para posicionar bien tu negocio en buscadores. Entre en tu perfil de Google y crea una página de negocios para tu clínica estética.

Añade personas interesantes a tus "círculos", publica constantemente y cuida la imagen de perfil y portada. No es una red social que exigirá mucho cuidado de tu parte, pero debes tenerla en cuenta y no abandonarla. Es importante estar ahí.



PINTEREST

Así como el Twitter es una red social pensada en mensajes de texto, el Pinterest es una red social pensada en imágenes. Aquí, las fotografías son protagonistas y el objetivo es crear tu propio corcho de fotos, tu tablón de las imágenes que más te gusten.

Cuando hablamos de fotos, hablamos de un medio genial para compartir aquellos trabajos increíbles que haces en tu clínica. Organiza tu perfil de Pinterest con imágenes que te gusten y que puedan gustar a tus usuarios y comparte las maravillas que tú y tus auxiliares hacen con estas manitas. Una imagen vale más que mil palabras.



INSTAGRAM

Esta red social también está pensada para compartir imágenes, pero diferente del Pinterest, su resultado es más cercano a nuestros usuarios. En un salón de belleza ser cercano es clave para cautivar y fidelizar clientes.



FLOW^{LLP}