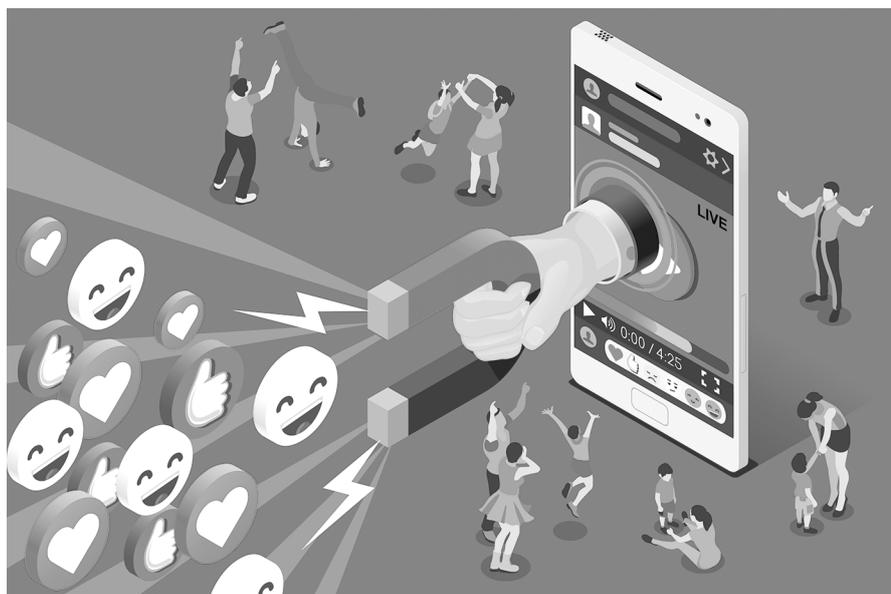


Cómo convertirte en un *influencer*



No necesitas ser famoso, poseer grandes fortunas, gobernar un país o haber triunfado en la vida para lograr que millones de personas te sigan y te admiren. Para lograrlo te bastarán apenas 140 caracteres, un vídeo de cinco minutos o una fotografía llamativa; son las herramientas que utilizan los *influencers*, personas que gracias a las redes sociales han conseguido que un país o el mundo entero estén pendientes de cada uno de sus actos. ¿Quieres ser uno de ellos?

1

Es decir, elabora contenidos diferentes que te identifiquen. Tanto si te decantas por subir vídeos, como fotos, artículos en un blog, podcasts o cualquier nuevo contenido, intenta que aporte alguna novedad a lo que existe y sigue esa línea, también en lo que a apariencia se refiere. Por ejemplo, si vas a subir fotos y optas por hacerlo en blanco y negro, hazlo siempre así; si eliges un filtro concreto, mantenlo; si grabas un videoblog en tono de humor, sigue esa línea.

2

Los grandes *influencers* trabajan en ello a jornada completa. Por eso, la mejor técnica es organizar la tarea como si estuvieras en una oficina: decidir qué post subirás a lo largo de la semana o el mes en función de las tendencias para ser de los primeros en abordar el tema, elaborarlo, editarlo, retocarlo, etc.

.....3.....

El de *influencer* es un trabajo a largo plazo. De hecho, la mayoría de los *influencers* tardan dos o tres años hasta que consiguen tener repercusión. En cuanto a la frecuencia de los contenidos, en Instagram suelen publicar varias veces al día; en YouTube, lo normal es que suban entre uno y tres vídeos a la semana. En este caso, además, combinan su actividad con el resto de las redes en las que tienen presencia. Por ejemplo, suben un post en Instagram en el que anuncian que, si obtienen 1000 *likes*, subirán otro vídeo a YouTube.

.....4.....

Tanto a los que organizan las marcas –presentaciones, fiestas, desfiles–, como a los que te permiten aparecer en medios de comunicación *off* y *online*. Es lo que se llama hacer *networking*. Además de relacionarte con otras personas influyentes, hará que tu imagen se retroalimente y obtengas mayor repercusión.

.....5.....

Lo que diferencia a un *influencer* del actor o modelo profesional que ves en un anuncio tradicional es que los primeros incorporan un elemento de verdad: si un producto les gusta, lo dicen; si no, optan por no hablar de él o realizan una crítica más o menos constructiva.

adaptado de: ONE MAGAZINE, número 42, octubre de 2017