12 ideas de contenidos digitales para tus redes sociales

Actualmente, los medios digitales son una de las herramientas más influyentes en nuestra relación con los usuarios y en la toma de sus decisiones de compra, por lo que es

fundamental disponer de una estrategia de contenidos tanto en redes sociales como en nuestra web, blog, etc, bien definida e innovadora, a fin de llegar a nuestras audiencias y conseguir nuevos seguidores, además de mejorar su engagement.

Según el Informe 2020 sobre uso de la web y las redes sociales en el fitness, elaborado por Valgo y la Universidad de Sevilla, un 85,16% de los centros en España poseen página de Facebook, siendo la red social más popular, seguida de Instagram, con un 73,30%. Esto sucede por su gran capacidad de alcance e interacción con las personas, sus posibilidades de aumentar nuestras ventas y fidelizar a aquellos que ya son usuarios de nuestros servicios.

Visita el vídeo 12 ideas de contenidos para tus redes sociales >>>

Por estos motivos, os ofrecemos 12 buenas ideas de contenidos digitales que generen un alto impacto y ayuden a conseguir los objetivos mencionados anteriormente.

1. Historias de éxito.

Los medios digitales son una buena herramienta para dar a conocer los resultados de los servicios que ofrecemos como centro deportivo. Nuestra audiencia potencial pueden sentirse mucho más convencida de inscribirse al centro si son motivadas por las historias de los usuarios que ya han conseguido sus objetivos.

Algunos ejemplos pueden ser imágenes del “antes y el después” de clientes, buenas experiencias de usuarios en el centro mediante testimonios y entrevistas; o incluso historias de éxito, superación y disciplina de algunos personajes conocidos como deportistas de élite.

2. Ideas que aporten valor.

Los usuarios se verán mucho más implicados en la vida del centro y en las redes sociales si el contenido que se genera les aporta valor. Las estrategias planeadas por el centro para atraer más clientes y fidelizar a los usuarios tienen que basarse en contenidos que les aporten información de su interés, como por ejemplo recomendaciones, consejos, cómo realizar los ejercicios, buena alimentación, hábitos saludables, etc.

3. Juegos y adivinanzas.

Lo juegos y adivinanzas son un buen contenido para entretener a nuestros seguidores, pues para algunas redes como Facebook o Instagram, uno de sus principales fines es la interacción. Pueden ser juegos y adivinanzas asociados al centro, al entrenamiento, o la salud, como sopas de letras o las 7 diferencias.

De esta manera, podemos seguir conectados con los clientes con experiencias diferentes que les aporten valor y les generen sentimientos y opiniones positivas hacia nosotros.

4. Preguntas originales.

Las preguntas formuladas en redes son una herramienta muy útil para conocer mejor a los clientes. Algunas preguntas asociadas a sus opiniones sobre los servicios del centro,

su estado, el equipo, etc., pueden aportarnos un buen feedback acerca de su percepción y valoración que nos ayude a mejorar.

5. Lista de recomendaciones.

La publicación de listas de recomendaciones es una buena manera de informar a los usuarios acerca de muchos aspectos del centro y del fitness en general, como recomendaciones de entrenamiento, nutricionales u otras temáticas. También podemos compartir recomendaciones de organismos oficiales, administraciones públicas o entidades de peso y rigurosas.

6. Frases inspiradoras.

Las frases inspiradoras y motivadoras aportan a la audiencia un especial contenido de valor añadido, además de un alto potencial de interacción. Este tipo de frases emocionan a las personas y las motivan a proseguir con sus objetivos. Estas frases deben ayudar a la reflexión y a la revisión de su estado de ánimo, consiguiendo que puedan compartirse y llegar al máximo de personas.

7. Noticias y actualidad.

A día de hoy, los medios digitales, son una de las principales fuentes desde donde poder informarse sobre noticias, actualidad, modas y tendencias. Por esta razón, los usuarios valoran mucho las publicaciones de noticias relacionadas con la actividad física, el fitness y la salud que estén a la última, actualizadas y les aporten información veraz y rigurosa.

Pueden ser noticias relacionadas con nuevas formas de entrenamiento, artículos científicos que evidencien los beneficios de la actividad física para la salud, o noticias del día a día de la sociedad relacionadas con el mundo del deporte.

8. Infografías.

Las infografías son una herramienta muy útil para explicar conceptos y presentar datos de una forma gráfica, visual y atractiva. De esta manera, podemos enseñar a nuestros usuarios nuevos conceptos y temáticas que puedan resultarle muy interesante, además de permitir que se incremente la visibilidad y el alcance de nuestra marca.

Por eso, el contenido de la infografía debe ser útil, fácilmente entendible y con más presencia de imágenes, gráficos e iconos que de texto.

9. Completar la frase.

Es una buena manera de mejorar el engagement de las redes sociales con una mayor cantidad de comentarios y de “me gusta”. Consiste en publicar frases incompletas y pedir a los seguidores que la completen. Además, es una forma muy interesante de conocer mejor a nuestros seguidores y potenciales clientes.

10. Llamada a la acción.

Siempre es recomendable incentivar a los usuarios para que se impliquen más en los contenidos de la página. De esta manera, también se sentirán más unidos con la marca, al ver que la página se construye entre todos.

Algunos ejemplos de este tipo de publicaciones pueden ser concursos con regalos o peticiones a los socios a que suban fotos y experiencias suyas en el propio centro.

11. Consejos y hábitos de vida.

Las redes, la web, el blog o el canal de youtube, también pueden ser utilizadas para educar a los usuarios y seguidores en hábitos y estilos de vida saludables. Por tanto, es bueno compartir respuestas a preguntas frecuentes que nos planteen, ofrecer consejos sobre hábitos de vida y salud o sobre técnicas correctas en sus entrenamientos.

Asimismo, ayudarás a evitar la difusión de muchos mitos de la actividad física y el entrenamiento, aportando mucho valor a la estrategia de contenidos y al propio bienestar de los usuarios.

12. La vida en el centro.

Por último, también es muy útil compartir los buenos momentos que se viven en la instalación, ya sea en jornadas especiales o actividades, como en el día a día. Etiqueta y menciona a las personas implicadas en esos momentos, y de esta manera el centro será mucho más visible entre los círculos de amigos y familiares de los implicados.

Artículo publicado en la revista Gym Factory 95 y realizado por Manel Valcarce y Francisco Gómez.

Link to Original article: https://www.manelvalcarce.com/blog/12-ideas-de-contenidos-digitales-para-tus-redes-sociales?elem=267157