



STEP FORWARD

SUS PRÓXIMOS 90 DÍAS

PASOS
para alcanzar el ÉXITO
con Alcatel



STEP FORWARD

tabla de contenidos

Introducción	2
Acerca de Step FORWARD	
Conozca a sus entrenadoras de Step FORWARD	3
Plan de pago de Aloette	6
Su Portal de FLIGHT	
Pedido para reunión: Realización de pedidos de clientes y recompensas para anfitrionas	7
Seguimiento y reclamo de sus recompensas como influencer	8
Seguimiento de incentivos anuales: Viajeras y joyas	9
Conocimientos, ventas y oportunidades	
Qué es la belleza limpia	11
Colecciones de Aloette: Una mirada más profunda a nuestras líneas de productos	12
Venta de paquete de productos para cuidado de la piel	13
La consulta virtual	14
Presentar la oportunidad	18
Cómo reservar reuniones	20
Dominar el lenguaje de las ventas: Superar las objeciones	22
La mentalidad de vender	25

PASOS

para alcanzar el ÉXITO

con Aloette



STEP FORWARD

tabla de contenidos

Redes sociales y creación de contenido

Introducción a la estrategia de contenidos sociales: Presentación de las 3 P	27
Desmitificar el embudo social	30
Explorar su presencia en Facebook	36
Introducción a Instagram	39
Creación de contenidos para las redes sociales	50



Cómo funciona

Hay 3 tipos de conocimientos que adquirirá de esta serie de guías y videos didácticos.

1

Proceso: cómo utilizar las herramientas empresariales proporcionadas para operar su negocio.

2

Producto: aprender sobre todos los diferentes productos y programas de Aloette para clientes y consultoras.

3

Entrega: ya sea que se esté reuniendo virtualmente o participando socialmente, le enseñaremos todas las formas de compartir Aloette.

STEP FORWARD

SU TRAYECTO, SU RITMO

¡Preparada, lista, ya!

Usted está familiarizada con su Portal de FLIGHT, tiene algunos conocimientos básicos de los productos y se está conectando con nuestra comunidad.

¡Es tiempo de dar un paso al frente con Step FORWARD!

A medida que usted avance en el programa Step FORWARD, irá aprendiendo más sobre su Portal de FLIGHT. ¡Ganará más confianza para recomendar paquetes de productos de maquillaje y cuidado de la piel y para compartir su negocio en las redes sociales!

Sus entrenadoras para INVOLUCRARSE

MINDY

MINDY BOYD

Directora de Ventas para América del Norte

Mindy cuenta con más de 18 años de experiencia en la creación y dirección de equipos dentro de Aloette, comenzando como asesora de belleza a principios de la década del 2000. Como directora de Ventas de Aloette, su visión es ofrecer un camino hacia el éxito a todos los que se asocian con la marca.



BRENDA

BRENDA STER, #EMPODERAMIENTO SOCIAL

Estratega y entrenadora de Mercadotecnia Social

Brenda asesora a vendedoras sociales de todo el mundo para que encuentren su voz en línea y alcancen el éxito en el mercado moderno de hoy en día.



CRYSTAL

CRYSTAL MCNEER

Esteticista y líder de Aloette Direct

Crystal tiene 20 años de experiencia como líder de un equipo dentro de Aloette y como esteticista licenciada y educadora para el cuidado de la piel. En su casa de Virginia, Crystal es madre, esposa y una entusiasta fotógrafa.



JACKIE

JACKIE BAILEY

Líder de Aloette Direct y enlace de Servicios de Consultoría de Aloette

Jackie es una líder de Aloette Direct en Carolina del Norte, así como nuestro enlace de apoyo a los Servicios de Consultoría de Aloette. Cuenta con más de 27 años de experiencia en Aloette. Jackie es madre de dos hijas mellizas y, cuando tiene tiempo libre, le encanta ir de compras con sus hijas y viajar con su marido, Shane.



BROOKE

BROOKE NORLIN

Líder de Aloette Direct

Brooke ha trabajado en ventas directas durante casi toda su vida adulta y está encantada de haber llegado hasta Aloette, donde se siente como en casa. Vive su mejor vida equilibrando sus roles favoritos como esposa, madre y haciendo todo lo relacionado con las redes sociales.



EMILY

EMILY GRIFFIN

Gerente sénior de Mercadotecnia de Aloette Cosmetics

Emily es la gerente sénior de Mercadotecnia de Aloette Cosmetics. En su cargo, Emily crea y gestiona nuestro plan de mercadotecnia, se asocia con el equipo de Relaciones Públicas para crear campañas sociales ¡y mucho más!



Su próximo paso.

Nos llena de gratitud y emoción que haya elegido asociarse con Aloette. Este es el segundo paso en su carrera con Aloette: está dando un paso al frente.

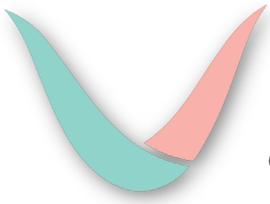
Súmese a Step FORWARD
Ponga en práctica sus nuevas habilidades programando algunas consultas virtuales sobre cuidado de la piel y comience a crear su comunidad en línea.

A medida que usted avance en el programa Step FORWARD, irá aprendiendo más sobre su Portal de FLIGHT. ¡Ganará más confianza para recomendar paquetes de productos de maquillaje y cuidado de la piel y para compartir su negocio en las redes sociales!

STEP FORWARD

LOS PASOS PARA ALCANZAR EL ÉXITO EN ALOETTE SON UN VIAJE DE 5 ETAPAS. CADA PASO ESTÁ MARCADO POR UNA HOJA DIFERENTE DE LA PLANTA DE ALOE.





STEP FORWARD

Seguimiento y reclamo de sus recompensas como influencer

Para hacer un seguimiento de sus recompensas como *influencer*, haga clic en Incentives Dashboard (Tablero de incentivos) en su Portal de FLIGHT. Este mostrará el progreso de todas las recompensas vigentes para influencers.

01

Haga clic en PROFILE (Perfil) y luego en My Sky Wallet (Mi billetera Sky).

02

Vea sus cupones disponibles y copie el código de la recompensa para influencer que le gustaría reclamar.

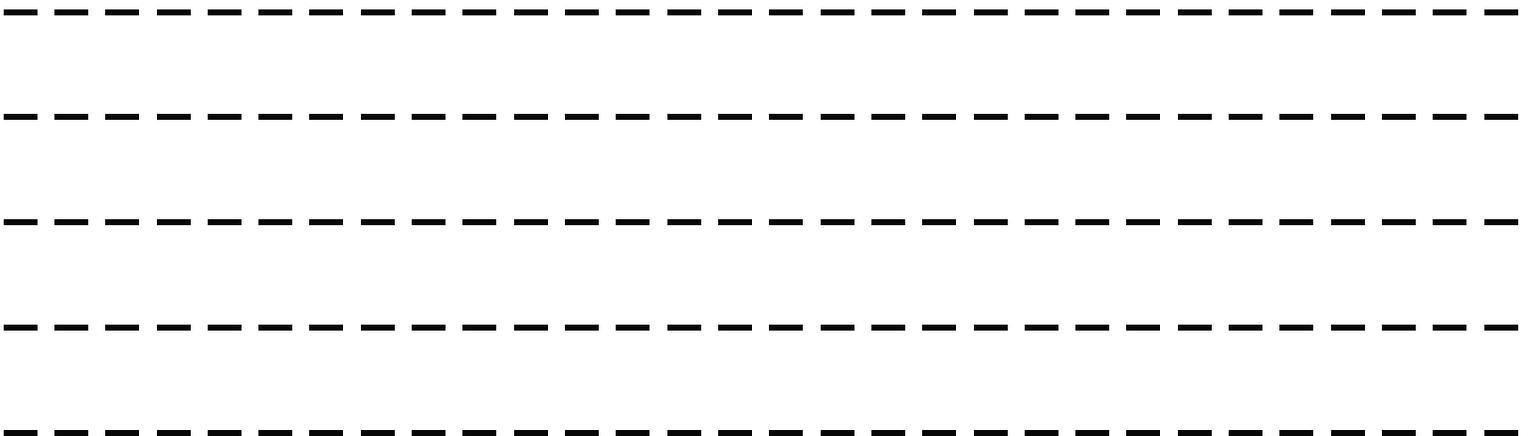
03

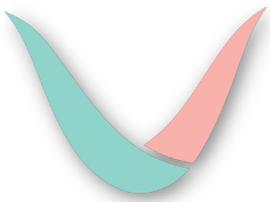
Seleccione ADD NEW PERSONAL ORDER (Añadir nuevo pedido personal) y luego compre en la categoría INFLUENCER CHALLENGE GIFTS (Recompensas del desafío de influencers).

04

Añada el artículo a la cesta y aplique el código del cupón.

Nota: Puede agregar múltiples recompensas del Desafío de influencers en un mismo pedido.





STEP FORWARD

Seguimiento de incentivos anuales

Viajeras

01

Haga clic en Reports (Informes)

02

Seleccione Jetsetters Report
(Informe de viajeras)

03

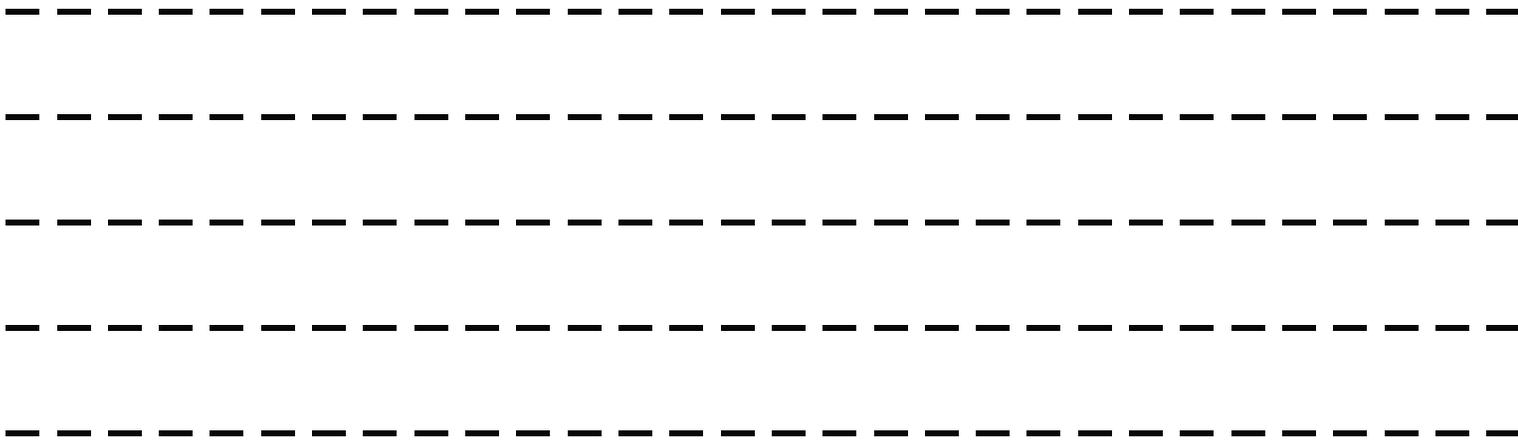
Cambie la fecha en Begin Date
(Fecha de inicio) a 1 de febrero del
año actual del concurso.

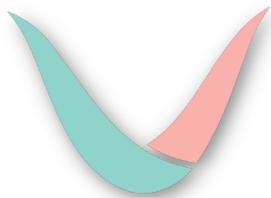
04

Cambia la fecha en End Date (Fecha
de finalización) al día de hoy.

05

Aplique el filtro





STEP FORWARD

Seguimiento de incentivos anuales

Joyas

Personal

01

En la pantalla de Inicio, haga clic en Incentives Dashboard (Panel de incentivos)

02

Puede que tenga que desplazarse hacia abajo para visualizarlo

Equipo

01

Haga clic en Compensation (Compensación)

02

Seleccione View Compensation (Ver compensación)

03

Utilice el menú desplegable Process (Proceso) para seleccionar Monthly Compensation (Compensación mensual)

04

Utilice el menú desplegable Run (ejecutar) para seleccionar el mes

05

Tome nota de los valores de Group SV y Generation SV en su calendario o en una hoja de cálculo

Patrocinio

01

Haga clic en Team (Equipo)

02

Seleccione Team Center (Centro de equipos)

03

Marque la casilla Group by Level (Agrupar por nivel)

04

Haga clic en Search (Buscar)

05

Haga doble clic en Join Date (Fecha de incorporación) para que la flecha apunte hacia abajo

06

Busque a los miembros del equipo que se incorporaron de mayo en adelante

07

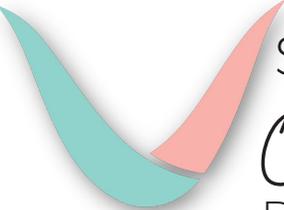
La columna Accum SV (SV Acumulado) indica el total de sus ventas desde que se incorporaron

Nota:

- Generation SV (SV de generación) son las ventas de su equipo personal
- Group SV (SV de grupo) son las ventas totales del equipo

(sus ventas + las ventas de su equipo independiente)





STEP FORWARD

Qué es la belleza limpia

Definición de la belleza limpia y lo que significa para Aloette

¿Qué significa BELLEZA LIMPIA?

- LIMPIA: productos libres de toxinas con ingredientes recogidos de las mejores fuentes, y cultivados y fabricados en entornos sostenibles.
- NATURAL: elaborados a partir de ingredientes naturales con recursos naturales. Pueden contener un porcentaje de ingredientes de origen vegetal.
- ECOLÓGICA: productos fabricados para ser menos dañinos o más sensibles al medio ambiente.
- ORGÁNICA: no contiene o contiene muy pocos contaminantes. Los ingredientes se cultivan, cosechan y fabrican sin herbicidas, pesticidas, hormonas de crecimiento, etc.
- VEGANA: productos elaborados sin ingredientes de origen animal o derivados de animales.
- LIBRE DE CRUELDAD: un producto y sus ingredientes que no fueron probados en animales. Se caracteriza por el logotipo de un conejito o un conejito que salta.

Qué es LIMPIO para Aloette

ALOEANIC®

Nuestros productos patentados de aloe vera Aloeganic® están formulados con aloe que tiene entre un 15 % y un 20 % de contenido de acemanano. El acemanano es el principal ingrediente activo del aloe vera y se encuentra en la piel de la propia hoja de aloe. Utilizamos una innovadora forma de encapsulación en nuestros productos, por lo que el aloe penetra profundo en la piel.

- Aloeganic® está certificado como orgánico
- Aloeganic® no es OGM
- Aloeganic® se obtiene en los EE. UU.
- Libres de PFAS



Todos los productos de Aloette son:

- Libres de crueldad
- Libres de sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas (PFAS)
- Libres de lauril sulfato de sodio
- Libres de hidroquinona
- Libres de donantes de formaldehído

Todos los productos de Aloette son:

- Libres de gluten
- Libres de parabenos
- Veganos

Hay algunas excepciones. Consulte la lista más reciente de productos veganos/sin gluten.



STEP FORWARD

El arte de las consultas virtuales

¿Por qué reservar consultas virtuales?

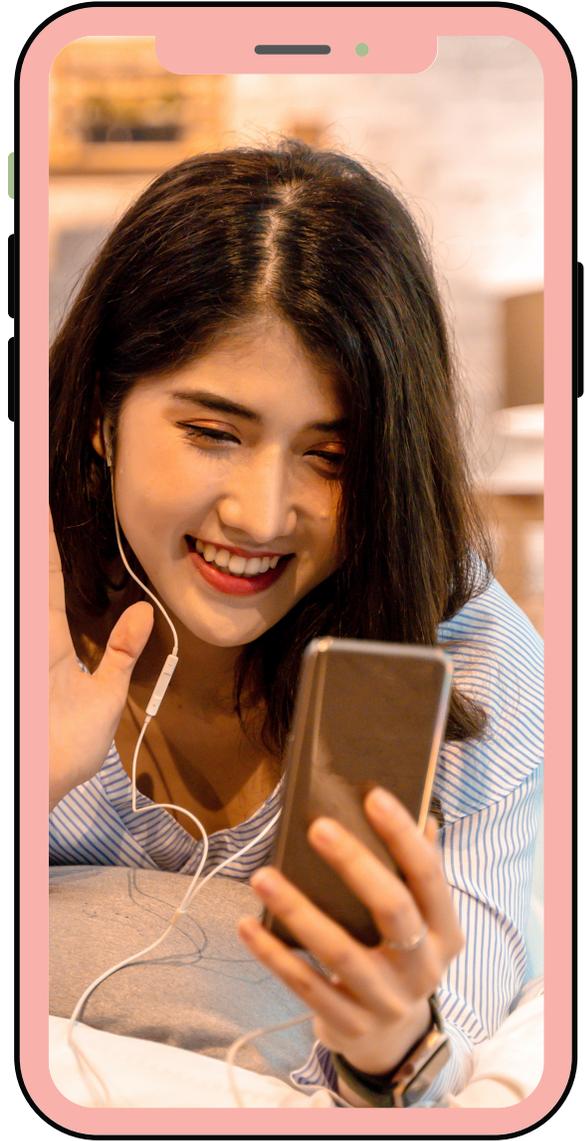
Las consultas virtuales son lo mejor para trabajar desde casa o mientras viaja.

Las 4 partes principales de una consulta virtual:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

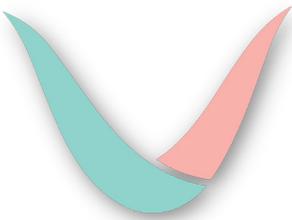
Los 6 tipos principales de piel:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____



Es imperativo personalizar un régimen de cuidado de la piel que esté diseñado para las necesidades individuales de cada persona. - Crystal McNeer





6 tipos de piel

Todos los tipos de piel necesitan una limpieza, una exfoliación y una hidratación adecuadas, pero es imprescindible personalizar un régimen de cuidado de la piel que esté diseñado para las necesidades individuales de cada persona.

01. Piel normal



02. Piel combinada





03. Piel grasa



04. Piel seca

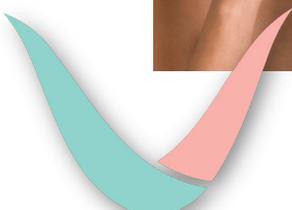


05. Piel sensible



06. Piel étnica

Ingredientes clave y su función:





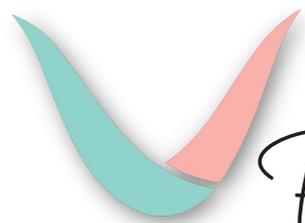
Afecciones y trastornos de la piel:

Usted no puede diagnosticar los problemas de la piel. En lugar de esto, aprenda a reconocer los tipos de piel y a hacer recomendaciones en función de estos y de los resultados que buscan las clientes, y siempre debe remitirlas primero a una consulta con un médico. Las afecciones y enfermedades de la piel pueden ser causadas por factores internos, como el estrés, el estilo de vida, nuestra actitud, la nutrición, la deshidratación, la deficiencia de vitaminas, la falta de sueño, la falta de ejercicio, el tabaquismo, el consumo de alcohol, los medicamentos, las drogas, la cafeína, los radicales libres en nuestro cuerpo, las hormonas y la menopausia. También pueden ser causadas por factores externos, como el daño solar, la luz azul, la exposición ambiental, los alérgenos, los contaminantes, la humedad, el mal mantenimiento en casa y el mal uso de productos.



Piel madura

Notas:



STEP FORWARD

Presentar la oportunidad

Cuando les muestra la puerta

¿Qué 6 oportunidades está compartiéndoles?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____



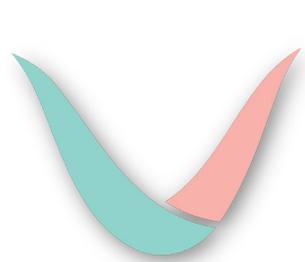
¿Quién puede unirse a Aloette?

01

¿Por qué construir una línea descendente?

Es importante darse cuenta que patrocinar a alguien en su línea descendente en Aloette le va a ayudar a construir _____ y a _____ ingresos porque las ventas personales de sus patrocinadas contarán para sus propios bonos mensuales de _____.





Es _____ sobre usted.

Nombre cuatro razones para ofrecer la oportunidad.

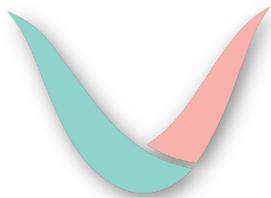
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



Tácticas

Desafío

Cree una lista de las miembros de su próximo Equipo ideal de Aloette y siga compartiendo la oportunidad de Aloette de manera prioritaria en sus actividades comerciales.



STEP FORWARD

Cómo reservar reuniones

¡Todo lo bueno proviene de las reuniones!

A la hora de reservar reuniones, es tan importante a QUIÉN se lo pide como el modo en que lo hace.

¡Hay que ser FRANCA (FRANK)!

F

R

A

N

K

LA GENTE RESERVA REUNIONES POR TRES RAZONES.



Por lo que obtienen de ello.

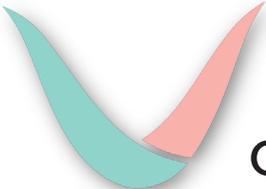


Por lo que obtienen sus amigas.



Porque usted les cae bien/quieren ayudarla.





OBJECIONES COMUNES



"NO TENGO TIEMPO"

¡El mundo está muy ajetreado, con un montón de cosas que suceden permanentemente, pero eso no significa que no haya tiempo para una reunión de Aloette! ¡Ayude a su posible anfitriona, busque en su rutina semanal un hueco de tiempo, recomiéndele que se junte con unas amigas para tomar un café y una tarta o sugiérale una reunión virtual!



"NO TENGO UN LUGAR"

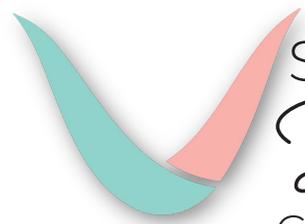
Las reuniones de Aloette no ocupan mucho espacio. ¡Para organizar una reunión solo se necesita una mesa de centro y un sofá o una mesa de comedor! Si el lugar es realmente un problema, sugiera una terraza o un restaurante. La opción virtual también es muy buena.



"NO TENGO NADIE A QUIEN INVITAR"

Ayúdeles a empezar a construir su lista de invitadas. Juegue a "Hagamos de cuenta". Pídales que hagan una lista de las tres primeras personas a las que invitarían si dijeran que sí. ¡Enséñeles a obtener algunos nombres para la lista y luego hágales saber que eso es suficiente para celebrar una reunión!

¡Una reunión puede ser exitosa con 2 invitadas o con diez! La peor reunión es la que no se lleva a cabo.



STEP FORWARD

Dominar el lenguaje de las ventas

Cómo superar las objeciones en su negocio de Aloette

Todas las objeciones se clasifican en tres categorías.

Categorías de objeciones

● Tiempo

● Riesgo

● Miedo



Objeciones de tiempo

Inclínese hacia la **CONVENIENCIA** y la **FLEXIBILIDAD**.

- Sobre la marcha
- Compatible con dispositivos móviles
- Reuniones en Facebook
- Se adapta a su horario



Objeciones de dinero

Inclínese hacia el VALOR.

- Separe el precio del valor.
- Maximice los beneficios financieros de ganar o ahorrar dinero.
- Esté atenta a las señales asociadas a "quererlo todo".

Objeciones por miedo

Inclínese hacia la SEGURIDAD,
INFORMACIÓN + COMUNIDAD

- Comparta información para que puedan tomar la decisión más informada
- Invítelas a conectarse con la líder, los grupos o los recursos

¿Pero qué pasa si siguen diciendo que no?

Ofrezca una opción menos objetable.

Opciones menos objetables

- Ofrezca una reunión virtual.
- Ofrezca un catálogo o un enlace.
- Ofrezca unirse a su comunidad en línea.
- Ofrezca un seguimiento en un momento más conveniente.



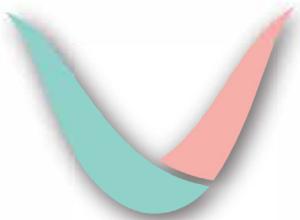
RESUMEN

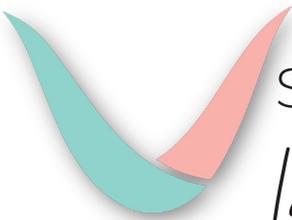
Aprenda a reconocer y clasificar las objeciones.

Domine las respuestas dirigidas a las objeciones de Tiempo, Riesgo o Miedo.

Desarrolle opciones menos objetables.

"¿Es un no ahora o un no nunca?"





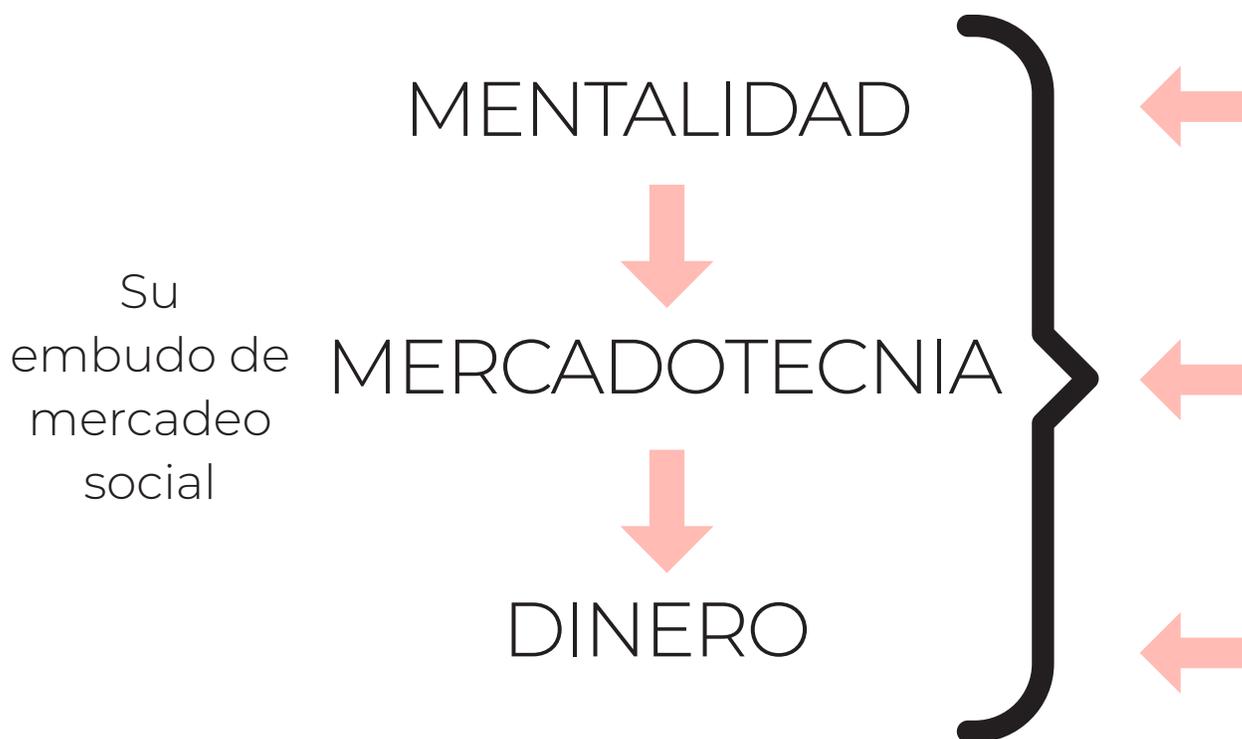
STEP FORWARD

La mentalidad de vender

CREAR VALOR A TRAVÉS DE LA TRANSFORMACIÓN

LOS RETOS DE LA MENTALIDAD

- No sentir que acosa a la gente.
- Transición hacia la oferta o la pregunta.
- Centrarse en la abundancia.
- Creer en el valor de su oferta u oportunidad.



ES EL MOMENTO DE ACTUAR

- ✓ Considere cómo, dónde y cuándo está haciendo su oferta.
- ✓ Concéntrese en construir su valor de mercado y su contenido.
- ✓ No dé por hecho que la gente conoce sus ofertas u oportunidades.
- ✓ Si no está compartiendo continuamente, le está negando a alguien la oportunidad de tomar una decisión basada en el valor por sí misma.

Vender es la solución al problema u oportunidad que ha definido.

Presentación de las 3 P del contenido social

CONTENIDO DE PERSONALIDAD

- Ayuda a que la gente se conozca y a que la conozcan a usted.
- Contar historias.
- Humor, diversión, juegos.
- Contenido conversacional.
- El 40 % de su mezcla de contenidos.



CONTENIDO CON PROPÓSITO

- Ayuda a su comunidad, aporta valor o resuelve un problema.
- Información, consejos.
- Tutoriales, demostraciones.
- Contenido complementario.
- El 40 % de su mezcla de contenidos.



CONTENIDO PROMOCIONAL

- Tienda abierta, anfitriona, ofertas de adhesión.
- Ventas en vivo, actividades de la reunión.
- Embudos hacia otros canales.
- Inscripción voluntaria u ofertas de muestras gratuitas.
- El 20 % de su mezcla de contenidos.

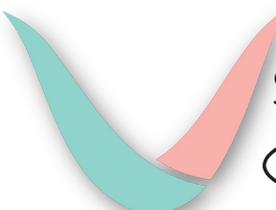


DÓNDE UTILIZAR LAS 3 P

- En su página de Facebook, historias
- En su grupo de Facebook
- En Instagram, historias, reels
- Al salir EN VIVO



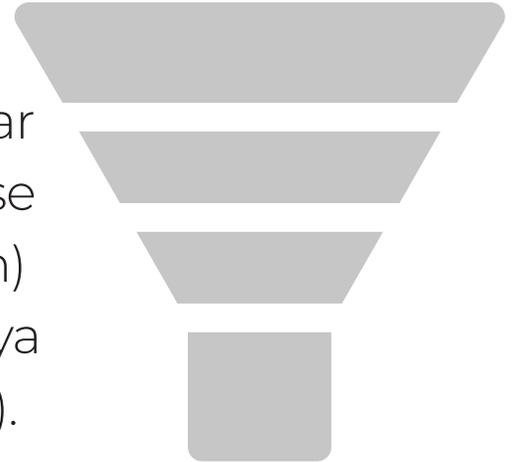
Notas



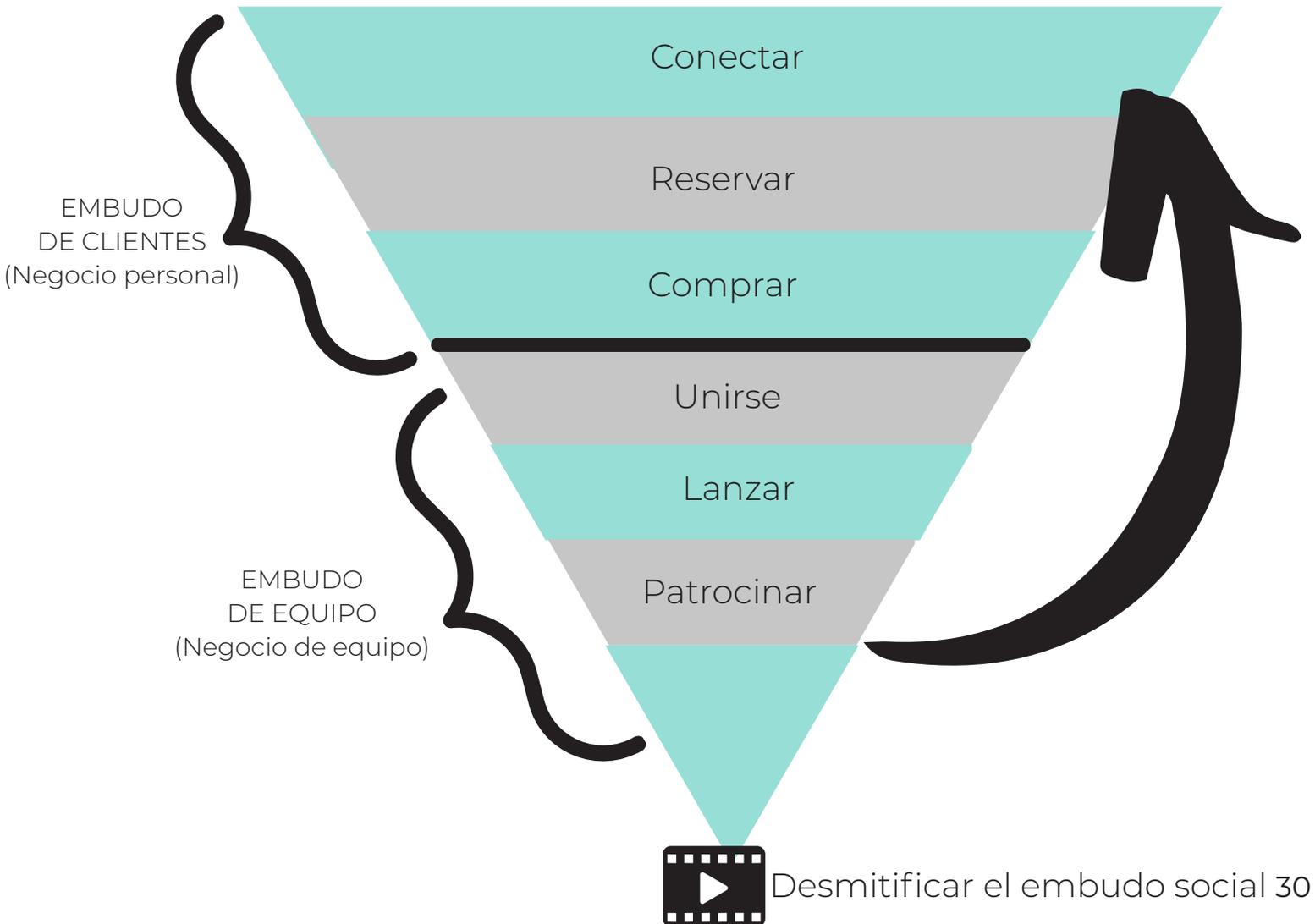
STEP FORWARD

Desmitificar el embudo social

Un embudo social es la forma de guiar a una persona desde el lugar donde se la conoce (por ejemplo, en Instagram) hasta el lugar al que se quiere que vaya (por ejemplo, su grupo de Facebook).

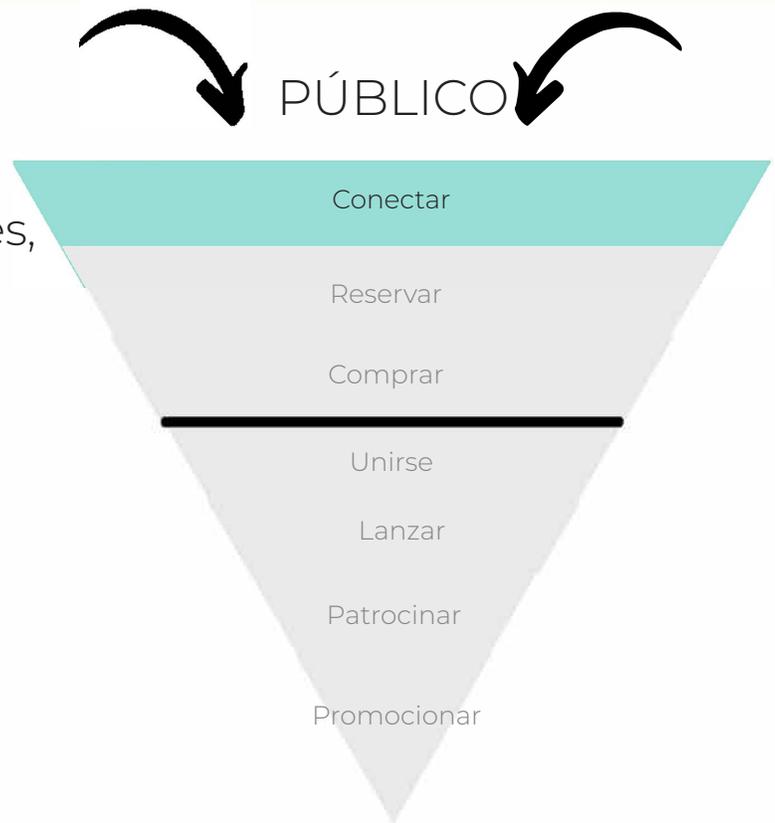


PÚBLICO



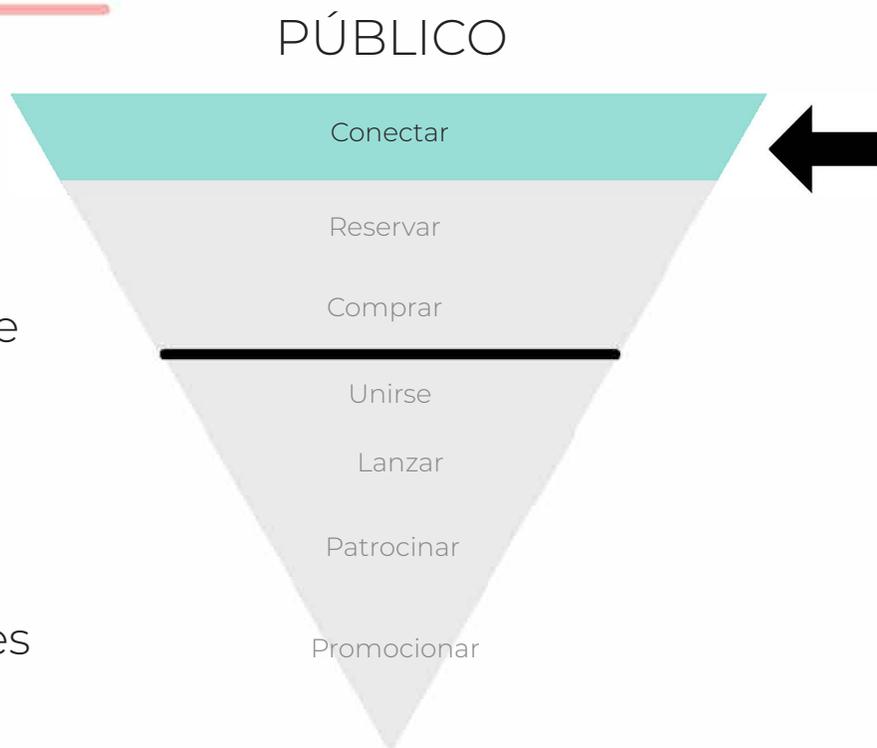
PUNTOS DE ENTRADA A SU EMBUDO

- Actividades presenciales, reuniones, eventos
- Anfitrionas, referencias
- Redes sociales
- Valor de generación de clientes potenciales



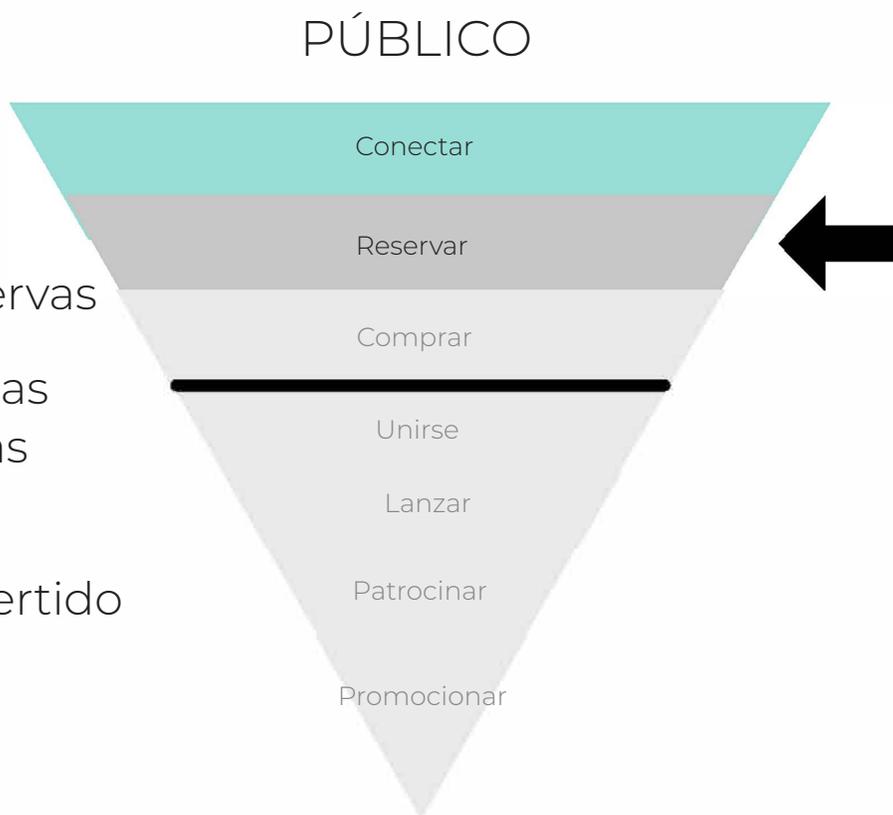
CONECTAR

- Crear familiaridad y confianza
- Comprender las necesidades de la cliente potencial
- Precalementamiento social
- Incluir un enlace directo en todas las comunicaciones digitales



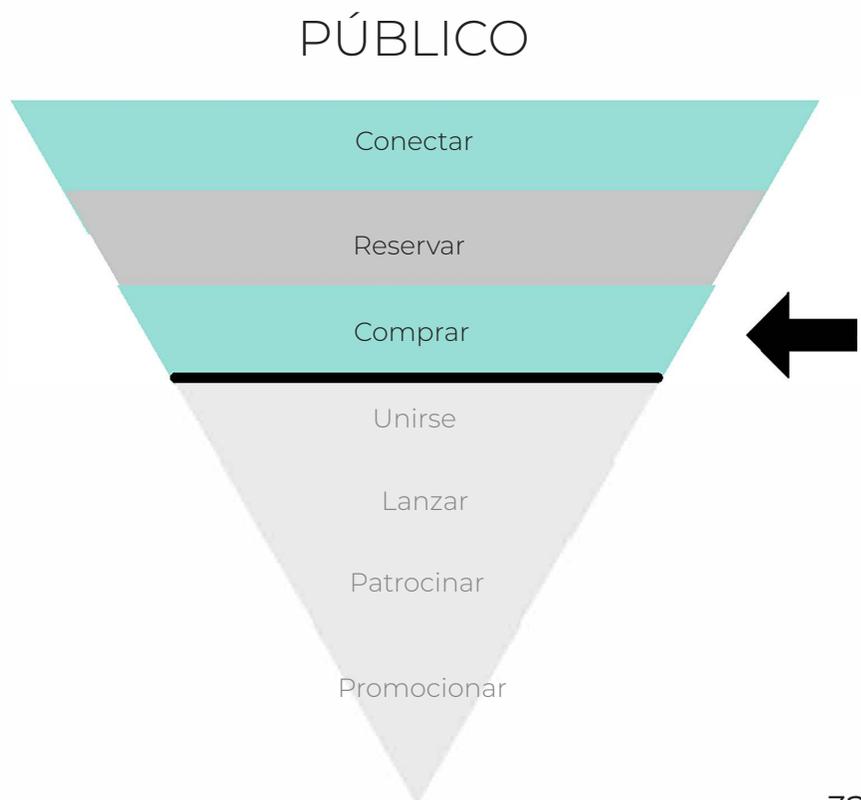
RESERVAR

- Constancia en la presencia social
- Fuerte oferta de reservas
- Compartir el valor y las recompensas para las anfitrionas
- Resaltar lo fácil y divertido que es ser anfitriona



COMPRAR

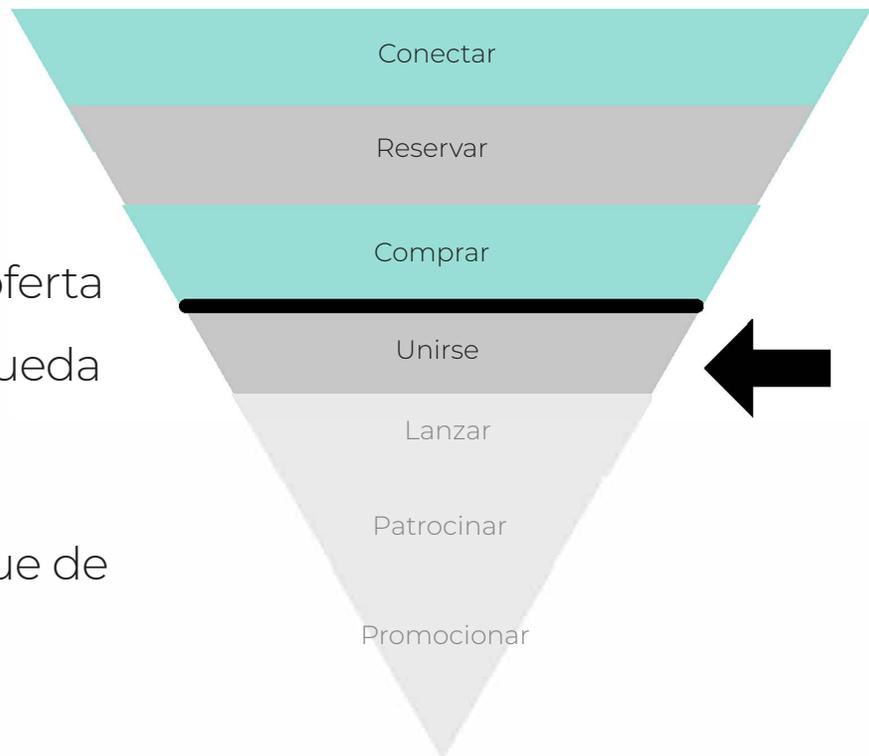
- Constancia en la presencia social
- Mezcla atractiva de contenidos
- Mezcla de métodos de venta
- Atención al cliente + seguimiento



UNIRSE

- Incluir el valor de la oportunidad en el contenido social.
- Lenguaje fuerte de oferta
- Mentalidad de búsqueda de clientes y valor continuos
- Cambiar a un enfoque de negocio en equipo

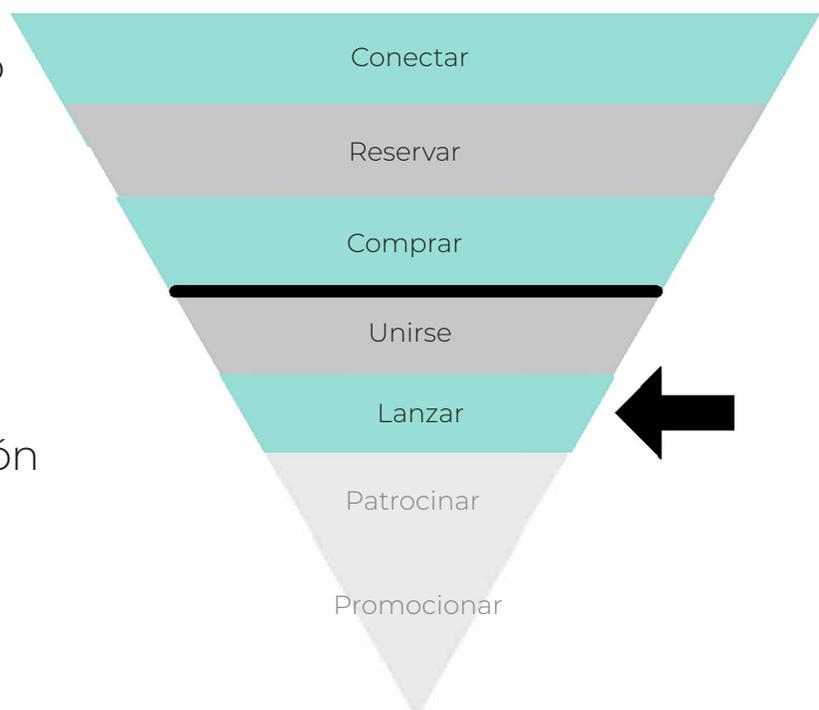
PÚBLICO



LANZAR

- Ayudar con el lanzamiento de la nueva asesora
- Ayudar con la reunión de lanzamiento
- Ayudar a realizar pedidos
- Entrenamiento de iniciación en redes sociales

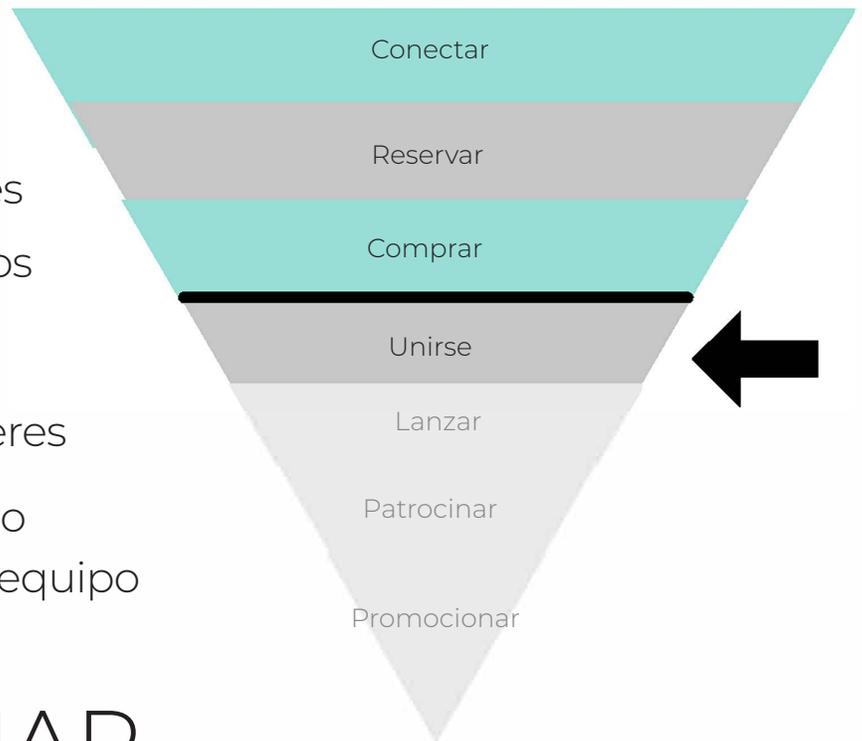
PÚBLICO



Patrocinar

- Entrenamiento para reconocer y compartir con clientes potenciales
- Apoyar los lanzamientos de 2.ª línea
- Comenzar a liderar líderes
- Equilibrio entre negocio personal + negocio de equipo

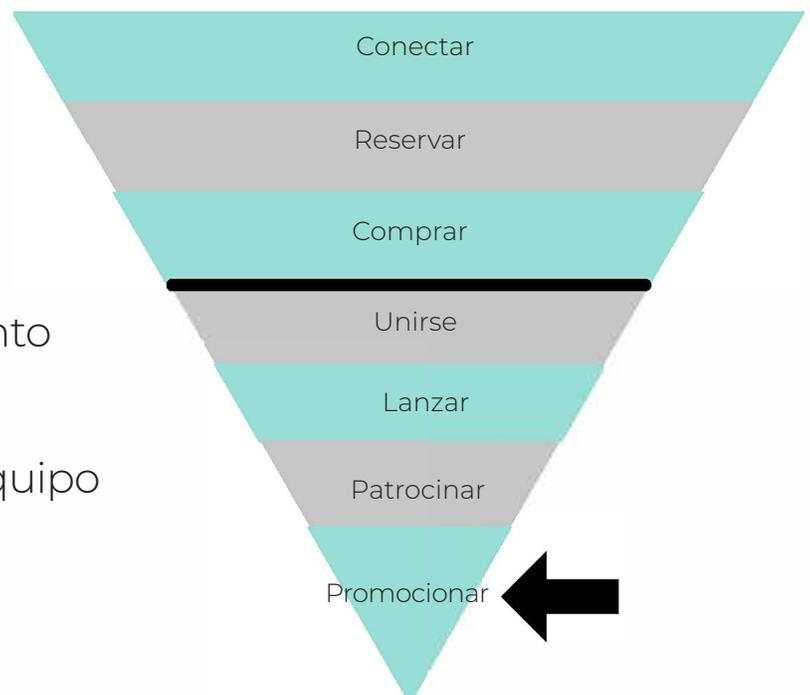
PÚBLICO



PROMOCIONAR

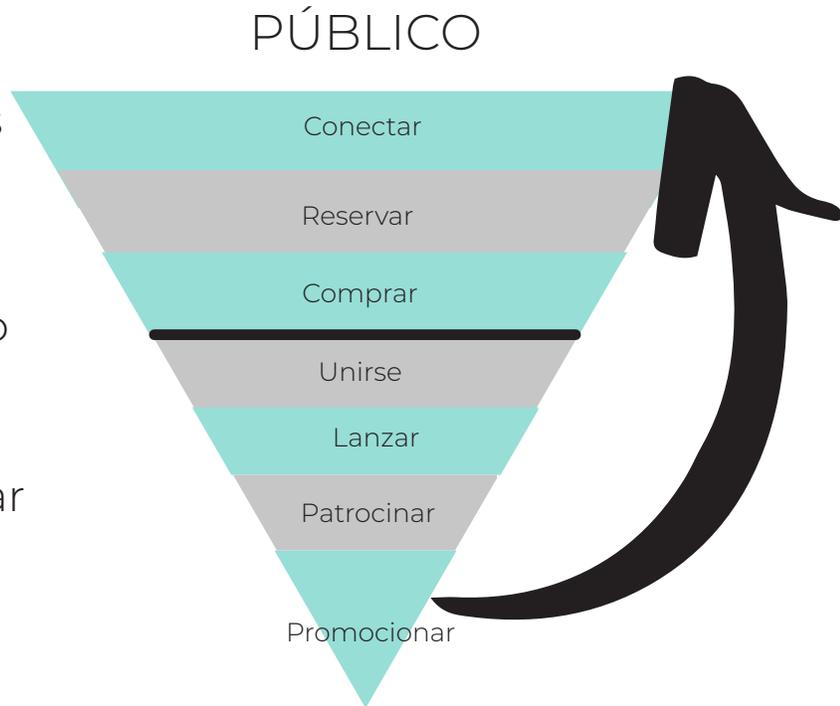
- Entrenamiento de líderes emergentes
- Comprensión de la matriz de la carrera
- Motivación y establecimiento de objetivos
- Asistencia para liderar el equipo de la línea descendente

PÚBLICO



DUPLICAR

- Capacitar sobre los pasos para el éxito y el embudo
- Crear procesos de equipo duplicables
- Reconocer y recompensar



ES EL MOMENTO DE ACTUAR

Añada enlaces de negocios a su perfil personal de Facebook.

Añada el enlace de su negocio a su perfil de Instagram.

Incluya enlaces en toda la comunicación digital.

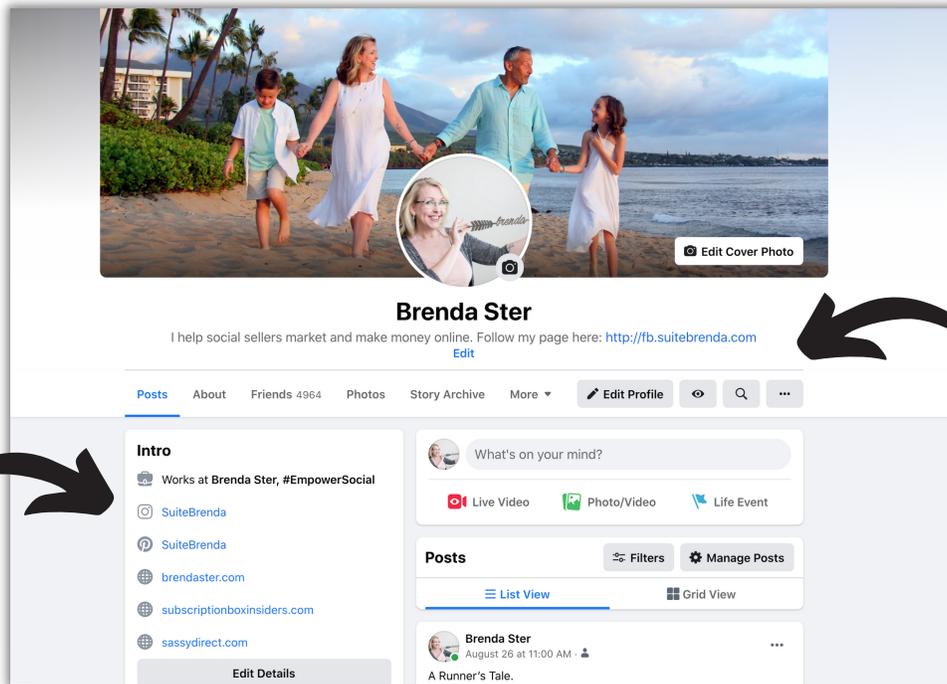
Piense continuamente en el lenguaje de valor para el siguiente paso del embudo.

STEP FORWARD

Explorar su presencia en Facebook

_____ a _____ mentalidad.

PERFIL PERSONAL



ACTUALICE LA INTRODUCCIÓN PARA INCLUIR LOS ENLACES SOCIALES Y DE NEGOCIOS

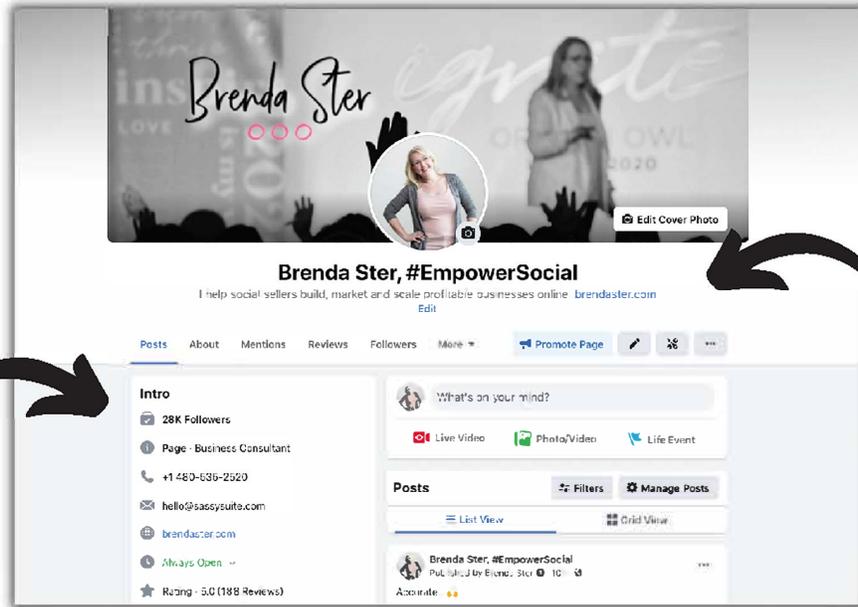
UTILICE EL ESPACIO DE LA BIOGRAFÍA E INCLUYA UN ENLACE A SU PÁGINA O GRUPO.

- Expanda sus conexiones con amigas.
- Comparta sobre todo contenido con personalidad.
- Publique constantemente.
- Invite ocasionalmente a las personas a su página o grupo.
- 90 % de personalidad y estilo de vida, 10 % de negocios.



PÁGINA DEL NEGOCIO

COMPLETE LA SECCIÓN DE PRESENTACIÓN CON LOS DATOS DEL NEGOCIO Y LA INFORMACIÓN DE CONTACTO.



UTILICE EL ESPACIO DE LA BIOGRAFÍA E INCLUYA UN ENLACE A SU PÁGINA WEB DE NEGOCIOS.

- Considérelo su vidriera.
- Cree una mezcla de contenidos atractiva y valiosa.
- Céntrese en contenido que se pueda compartir.
- Gran espacio para vivos o videos. Utilice las historias.
- 60 % de valor, 40 % de promoción.

PÁGINA DEL NEGOCIO



HAGA CLIC EN LA IMAGEN DE PORTADA DE LA PÁGINA Y AÑADA TEXTO/ ENLACES AL ÁREA DE DESCRIPCIÓN.

GRUPO DE LA COMUNIDAD

CONECTE SU PÁGINA CON SU GRUPO, PARA CREAR UNA CONEXIÓN MÁS FUERTE DEL EMBUDO.

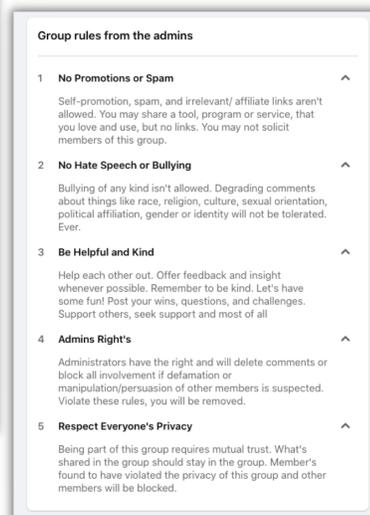
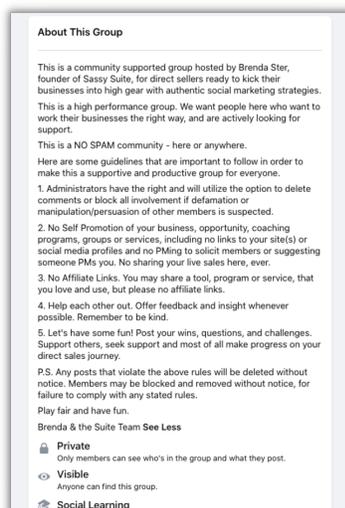


UTILICE LA IMAGEN DE PORTADA PARA MOSTRAR LOS PRODUCTOS DESTACADOS, LA PROGRAMACIÓN O LOS ANUNCIOS A LA COMUNIDAD.

- Ayude a la gente a conectarse con usted y entre sí.
- El contenido puede ser más social, informal y atractivo.
- Trate de centrarse en las conversaciones de la comunidad.
- Gran espacio para vivos o videos.
- 70 % de valor, 30 % de promoción.

GRUPO DE LA COMUNIDAD

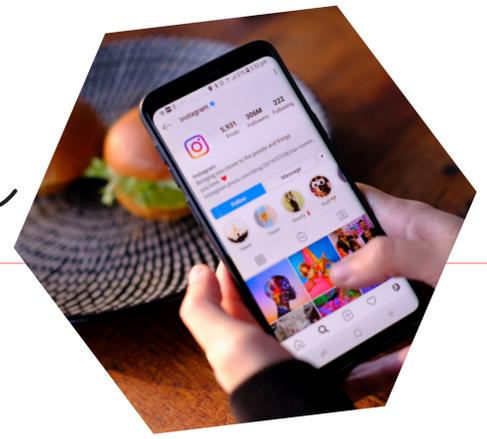
ESCRIBA UNA SECCIÓN CLARA EN "ACERCA DEL GRUPO" PARA AYUDARLE A DEFINIR Y CREAR LA CULTURA DE SU COMUNIDAD.



ESCRIBA O UTILICE LAS REGLAS DE FB PARA CREAR Y DEFINIR LAS EXPECTATIVAS DEL GRUPO.

STEP FORWARD

Introducción a Instagram



Aprendamos a utilizar la plataforma de Instagram para promocionar su negocio de Aloette. Cuando aplica las mejores prácticas a su creación de contenido, tiene una presencia constante y dedica un poco de tiempo diariamente para llegar a sus seguidores y a su audiencia ideal, Instagram es una herramienta increíble para hacer crecer su marca personal y, a su vez, su negocio de Aloette.

DATOS RÁPIDOS ACERCA DE INSTAGRAM

- En 2020 había 1,000 millones de usuarios activos mensuales.
- El 60 % de los usuarios de IG se conecta diariamente y el 38 % lo hace varias veces al día.
- Instagram tiene 58 veces más interacciones por seguidor que Facebook.
- El usuario promedio pasa 53 minutos al día conectado.
- Las imágenes en Instagram obtienen un 23 % más de interacciones que la misma imagen en Facebook.
- Las publicaciones que contienen videos reciben un 38 % más de interacciones que las imágenes fijas.
- El 79 % de los usuarios busca información en IG sobre un determinado producto o servicio.
- Los usuarios están recurriendo a Instagram como motor de búsqueda.
- Los usuarios ahora buscan en IG para encontrar educación y motivación, comprar o investigar productos, y hacer amigos.
- Instagram es un gran lugar para conectarse y colaborar con otros creadores, desarrolladores de negocios e *influencers*, a fin de crear relaciones mutuamente beneficiosas.



JERGA

Algoritmo: el algoritmo de Instagram dicta el orden en que los usuarios ven las publicaciones en su feed.

Bio: una bio de Instagram es la sección de texto debajo de un nombre de usuario donde se puede incluir información sobre su marca.

Handle: un handle de Instagram o “IG handle” es otro término para nombre de usuario, el nombre utilizado en Instagram para definir un perfil específico.

Subtítulo: el texto debajo de las imágenes en su feed.

Compromiso: interacción.

Doble clic: dar “me gusta” a una publicación.

Mensaje directo: un mensaje privado entre dos personas, o un grupo de personas, que no puede ser visto si no es por invitación.

Reel: un reel de Instagram es un formato de contenido que permite crear y compartir videos de 15 a 60 segundos.

Insights: una sección de estadísticas que le ayuda a conocer a su público, sus contenidos y su rendimiento.

Impresiones: el número total de veces que se ha visto su publicación.

Hashtags de marca: hashtags que son exclusivos de una marca y que a menudo utilizan el nombre de la empresa.

Geotiquetas: la localización etiquetada de una publicación.

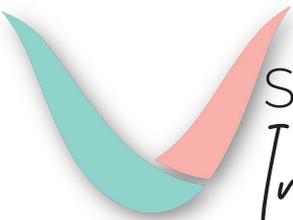
Historias: las publicaciones de 24 horas que se encuentran en la parte superior del feed.

Destacadas: historias de Instagram guardadas en su perfil.

IGTV: un servicio de video en el que los usuarios pueden subir videos de hasta una hora de duración.

Página de exploración: una sección de Instagram que le recomienda publicaciones.

Newsfeed: su pantalla de inicio, donde puede ver las publicaciones de las personas que usted sigue.



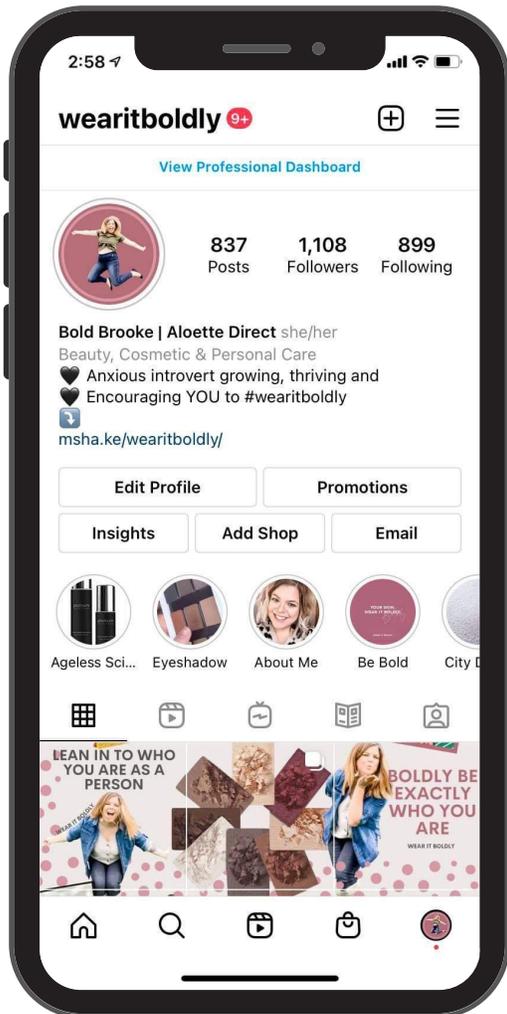
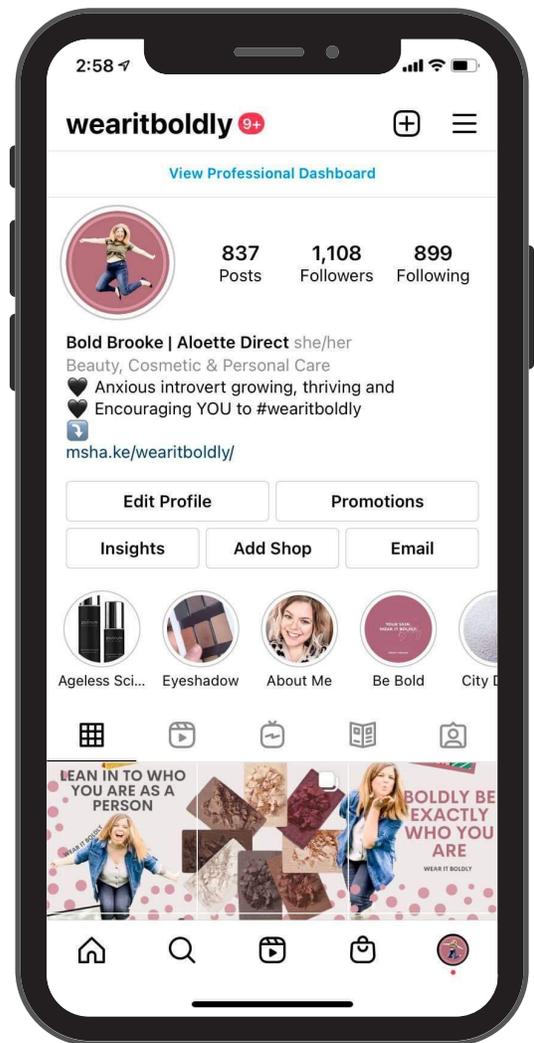
STEP FORWARD

Introducción a Instagram

Su bio



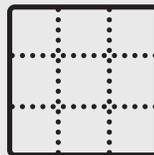
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



Exploramos su perfil personal



Feed



Reels



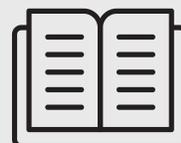
Etiquetas



IGTV



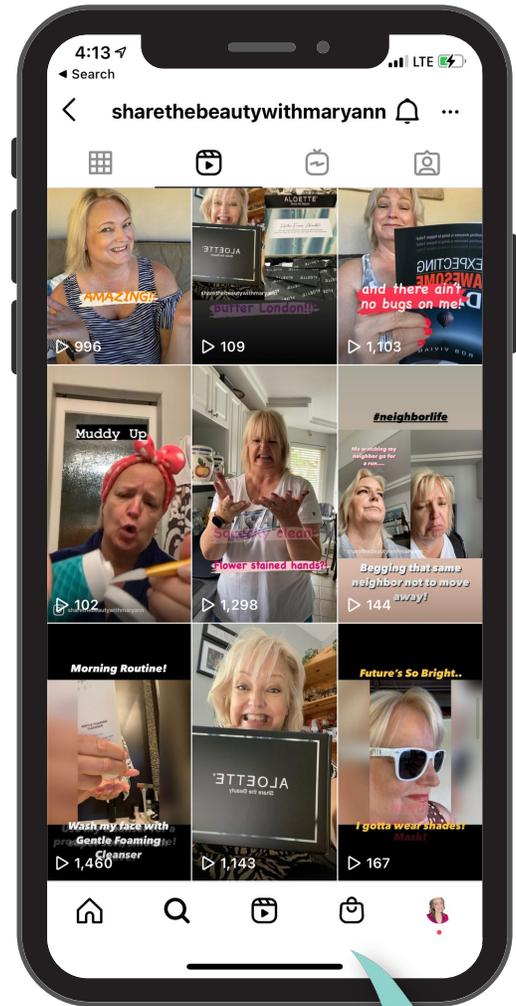
Guías



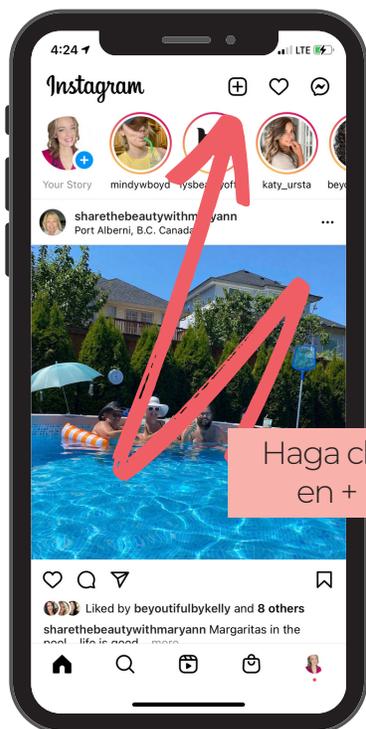
Reels

Los reels le dan una oportunidad creativa para mostrar su personalidad, así como un lugar para dar consejos, trucos y tutoriales.

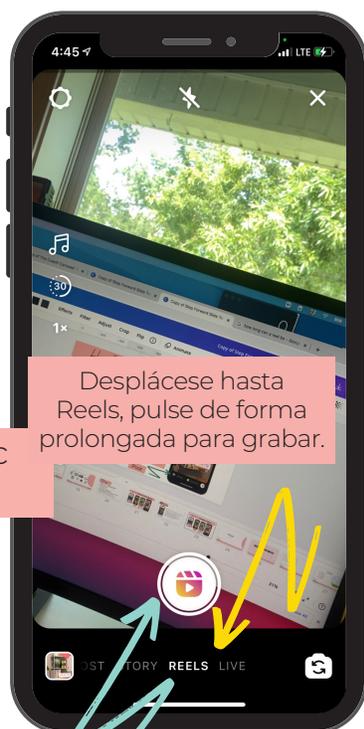
- Los reels son videos cortos similares a los de Tik Tok, pero no desaparecen en 24 horas como las historias.
- Las historias desaparecen en 24 horas, y las publicaciones en el feed alcanzan su máxima audiencia en aproximadamente 1 día.
- Los reels se pueden descubrir durante semanas, en función de su popularidad.
- Los reels pueden durar hasta 60 segundos en 2021. Usted puede compartir sus reels como una historia.
- A partir de julio de 2021, Instagram está dando un giro definitivo hacia una plataforma de videos cortos/reels, priorizando el contenido de forma corta y a pantalla completa en el feed principal.



Cómo crear un reel



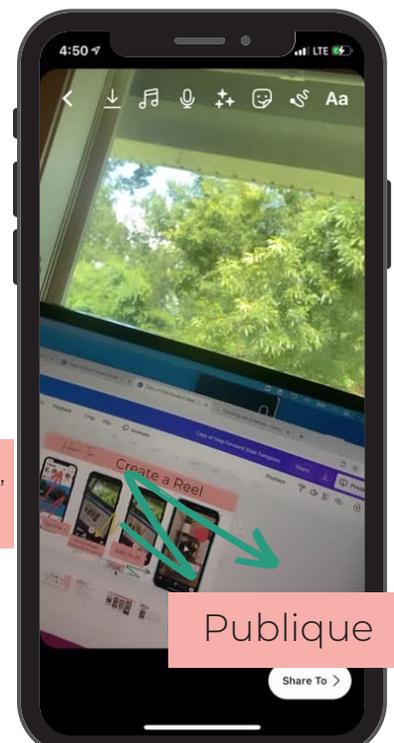
Haga clic en +



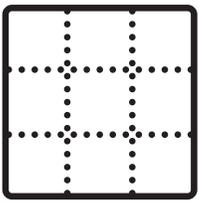
Desplácese hasta Reels, pulse de forma prolongada para grabar.



Añada gifs, música, efectos, etc.



Publique



Publicar en su feed

Cómo decidir qué publicar acerca de:

¡Qué es su nicho?

Tema: _____

Misión: _____

Categorías/temas que cubrirá: _____

Tipos de publicaciones para su feed:

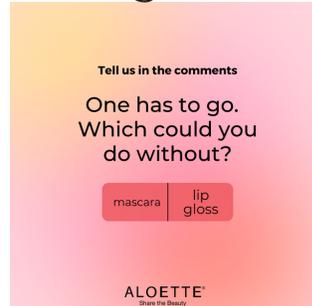
Citas



Estilo de vida



Preguntas



Detrás de escena



Testimonios

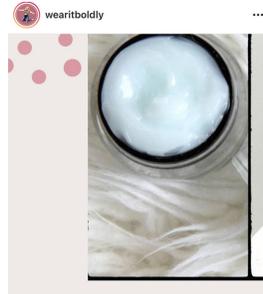
Utilizar el contenido generado por el usuario



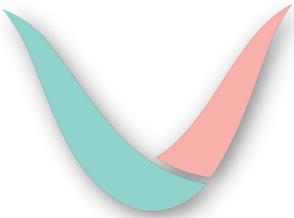
Introducción



Educación



Datos curiosos
Transformaciones
Regalos
Características



Las publicaciones de alto impacto tienen:

Fotografía clara y auténtica: preferiblemente una propia o una imagen de estilo de vida provista por Aloette.

Subtítulos de fotos bien pensados: una primera línea que atraiga al lector (No debería haberlo hecho, pero no pude evitarlo... Cosas que he aprendido esta mañana... Lo hice y no lo lamento ni un poco... Y si te dijera... Ayúdenme...).

Algo atractivo en el medio: educación, una historia rápida y cercana, algo gracioso que sucedió, motivación, inspiración.

Una llamada a la acción: haz doble clic en ♥ si te sientes identificada, etiqueta a un amigo que necesite ver esto, deja tu respuesta abajo, mira el enlace en mi bio para tu obsequio, guarda esta publicación para futuras referencias.

Una buena mezcla de hashtags: 20 % súper nicho, 20 % súper popular, 60 % rango medio. Identifíquese con el contenido, identifíquese con el campo, identifíquese con la foto.

Inclinación hacia la resolución de un problema o la satisfacción de una necesidad: sus publicaciones no pueden ser solo acerca de usted si lo que busca es atraer NUEVOS seguidores. Es posible que su mercado más cercano lo tolere e incluso apoye cada magnífica *selfie* en la que habla de lo que USTED consiguió, pero la gente sigue las cuentas porque les satisface una necesidad y celebrar el éxito de un desconocido no suele ser una necesidad de la gente.

Hashtags de Aloette

#Aloette

#AloetteBeautyClub

#AloetteInfluencer

#ShareTheBeauty

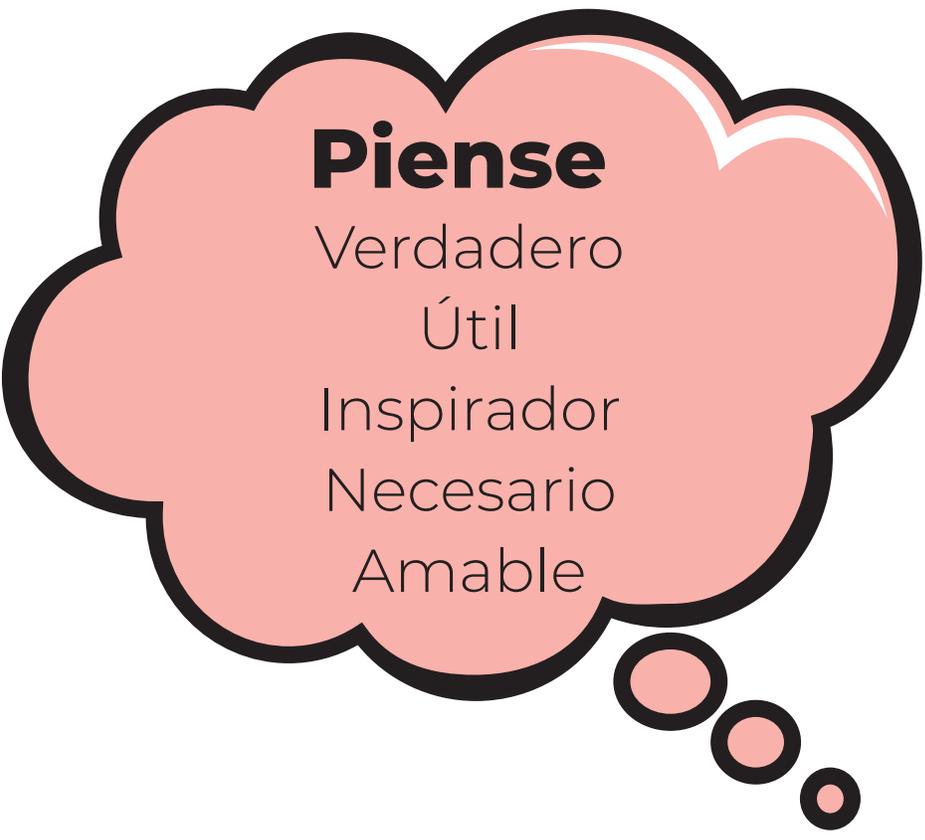
No lo haga, no vale la pena.

Fotos borrosas: incluso si están solo apenas borrosas.

Publicaciones fuera de su nicho: para eso tiene dos cuentas.

Desaparecer: puede tomarse un descanso, pero TIENE que programar algún contenido.

Publicar un folleto de descuentos o rebajas en su feed: envíelos por correo electrónico, por bandeja de entrada, en su historia. Si no será relevante en una semana, no va en su feed.



Piense

Verdadero

Útil

Inspirador

Necesario

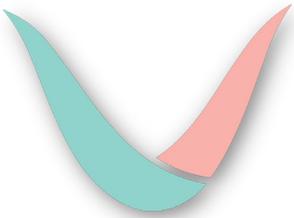
Amable

¿Será relevante para mi cliente ideal?

¿Estoy revelando demasiado sobre mí misma? ¿No es suficiente?

¿Estoy publicando con enojo? ¿Es algo que dividirá al público? Si es así, ¿estoy segura de que esto es lo que quiero hacer?

¿Podría alguien malinterpretar lo que estoy diciendo?



Los hashtags son la forma en que sus publicaciones son descubiertas por su seguidora ideal.

Ella hace clic en un hashtag en una publicación que le ha gustado.

Ella busca el hashtag en la página de exploración.

Ella está buscando hashtags para usar en SU publicación y se encuentra con sus publicaciones.

Una publicación con al menos un hashtag de Instagram promedia un 12.6 % más de interacciones que las publicaciones sin hashtag.

Los hashtags ayudan a conseguir más _____, mejorar su tasa de _____ y construir _____ en torno a su negocio.

Tipos de hashtags

#Hechos

Cuando las personas con perfiles privados etiquetan las publicaciones, éstas no aparecerán públicamente en las páginas de hashtags.

Los números están permitidos en los hashtags. Sin embargo, los espacios y los caracteres especiales, como \$ o %, no funcionarán.

Solo puede añadir hashtags a sus propias publicaciones. No puede etiquetar las fotos/videos de otras personas.

Puede usar hasta 30 hashtags en una publicación y 10 en las historias de Instagram.

Comunidad: hashtags que amplían su alcance.

Indique su producto o servicio: #transformaciónvirtual
#cuidadolimpiodelapiel

Su nicho: #asesoradebelleza #emprendedora

Vacaciones o eventos especiales: #díanacionaldeladona

Hashtags diarios: #MotivaciónDeLunes #MartesDeConsejos

Lugares: #SíEnGreenville

Frase relevante: #sétujefa

Marcas: hashtags para conectar temas para usted y su público.

#aloetteinfluencer

#myaloettexoxo

#sharethebeauty

Campaña: los hashtags suelen ser eventos de corto plazo o de temporada

#DesafíoPeelingEnzimático



¡A medida que avanza, va mejorando y se le hace más fácil!

Utilice una herramienta para hacerlo bien.

Cree listas y guárdelas en su teléfono para copiar/pegar más tarde.



Historia de Instagram

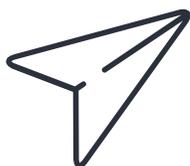
La historia es donde **se hacen conexiones**, donde sus seguidores ven su *detrás de escena*, la **principal área de tráfico de Instagram**.

500 millones de personas utilizan las historias de Instagram cada día.

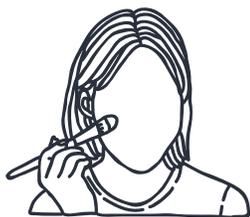
El **58 % de las personas** dicen que se han interesado más por una marca o producto *después de verlo en las historias*.

El **50 % de las personas** han visitado una página web para realizar una compra después de **ver un producto o servicio en las historias**.

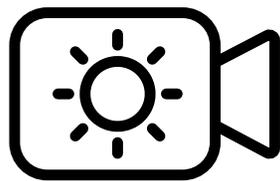
Según Facebook, **los usuarios se mueven un 41 % más rápido** por los **feeds de los celulares** que por los de los ordenadores. Así que *cuando se trata de las historias*, las marcas más eficaces transmiten su mensaje en los **3 segundos iniciales**. Lo ideal es que lo hagan con un mensaje atractivo y claro.



¡Puede **PROMOCIONAR** sus nuevas publicaciones compartiéndolas en su historia y ocultando el contenido con un sticker!



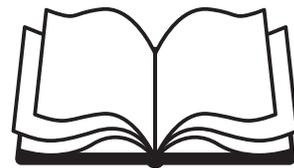
Haga un minitutorial.



Un día en mi vida



Esto o aquello



Comparta una historia



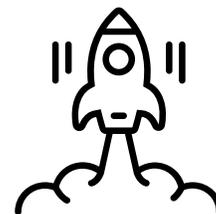
Encueste a su público



Su viaje en fotos



Detrás de escena

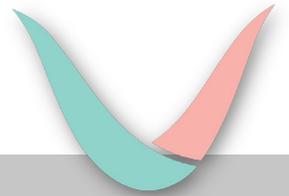


Lanzamientos

Historia

¿Por qué estoy haciendo esto?

- Construye _____
- Aumenta _____
- Fomenta _____
- Ayuda a crear una asociación objeto/situacional
- Abre _____
- Crea picos de _____ en producto/oportunidad



Cómo agregar a su historia



Haga clic en +



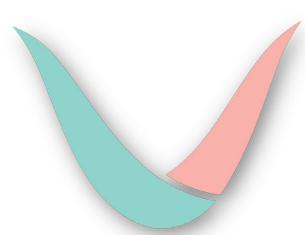
Vaya a Story Select (Seleccionar historia) o saque una fotografía



¡Agregue cosas!

Publique





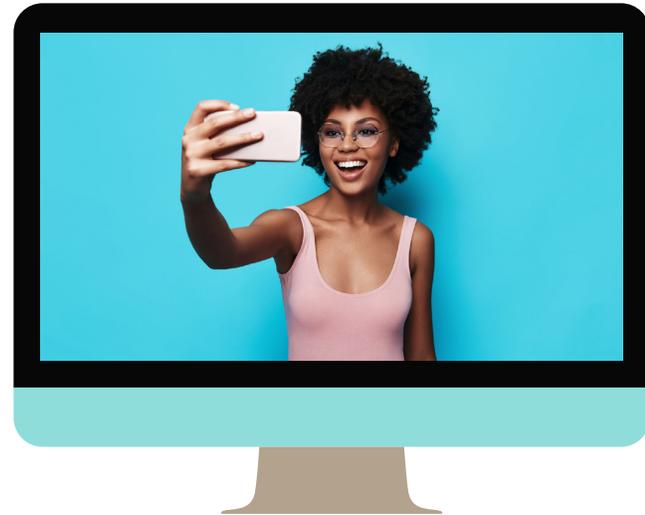
STEP FORWARD

Creación de contenidos para las redes sociales

No se limite a publicar por publicar,
¡cree contenido que genere ruido!

Consejos para *selfies*

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



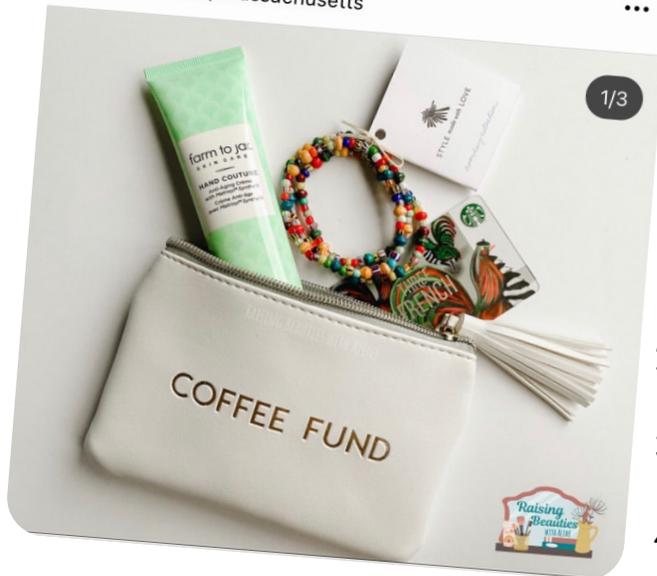
 **raising.beauties.with.aline**
Amherst, Massachusetts

...

1/3

Sugerencias para fotos en superficies planas

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____





01 Encuentre su onda.

03 Apóyese en lo que le gusta.

02 La perfección es miedo.

Consejos para la creación de contenidos

01

Obtenga una cuenta gratuita en [Canva](#).

02

Empiece a tomarse *selfies* y a jugar con la iluminación y los ángulos.

03

Diseñe fotografías en superficies planas.

04

¡Comparta con nosotros una de sus nuevas creaciones! Etiquete a @aloette o #aloette

¡Lo logró!



Usted completó el programa Step FORWARD: sus primeros 90 días. Esperamos que se sienta confiada y entusiasmada para hacer crecer su negocio. Es hora de establecer algunos objetivos reales, ya sea que esté apuntando a esa próxima recompensa de *influencer* o a un viaje de incentivo anual; ahora tiene las herramientas y el conocimiento para hacerlo realidad. Corra y grite en nuestra comunidad de Facebook que está lista para subir al siguiente nivel de entrenamiento en su recorrido a través de los pasos para alcanzar el éxito en Aloette.

¡A través de este programa de entrenamiento, se le brindó la formación y el empoderamiento para afrontar sus próximos pasos importantes! ¿Está lista para dedicarse de lleno? ¡Compruebe que hasta aquí haya atado todos los cabos sueltos!

Lista de control de Step FORWARD

- Exploró la realización de pedidos de reuniones en FLIGHT
- Empezó a hacer un seguimiento de los incentivos
- Aumentó su conocimiento de los productos
- Creó una estrategia de contenidos
- Ofreció oportunidades y superó objeciones

¡Debería pasar su brazo derecho por encima de su hombro izquierdo y darse una gran palmada en la espalda! Ha invertido tiempo y energía en la serie de entrenamientos del programa Step FORWARD y ahora está lista para dar un paso adelante hacia nuevos desafíos en Aloette. ¡Estoy ansiosa por verla crecer!



¡Mucha suerte!
Mindy

Mindy Boyd
Directora de Ventas para América del Norte