

Guía para las redes sociales

Un importante instrumento para tus medidas de marketing como autor son las redes sociales. En esta guía te explicamos por qué la presencia en redes sociales como autor o autora es imprescindible, qué debes tener en cuenta y en qué redes sociales podrás alcanzar mejor a tu grupo objetivo. Aparte de ofrecer un resumen de las comunidades literarias de mayor relevancia y de foros interesantes, esta guía presenta también algunas aplicaciones útiles para las redes sociales.

Contenido

El marketing de redes sociales y su relevancia	2
Estrategias de marketing para las redes sociales	2
Redes con gran número de usuarios: Facebook y Twitter	4
Redes sociales con énfasis en imágenes: Pinterest e Instagram	6
Plataformas “book sharing”	9
Aplicaciones útiles para las redes sociales	10
Elegir bien la red adecuada	10
Posibles contenidos para tus redes sociales	13
Lista de control para la presencia en redes sociales	14
Referencias	14

El marketing de redes sociales y su relevancia

La presencia en redes sociales

Gracias a la autopublicación, cada autor o autora tiene la posibilidad de llevar su propio libro al mercado. De igual forma, la popularidad de los canales de publicación alternativos ha aumentado cada vez más.

En la autopublicación, cada autor o autora tiene la libertad de decidir cuándo publicar su libro, cómo debería ser el diseño en general y en qué momento sale a la venta y se va a promocionar cada proyecto de libro. Existe una gran variedad de redes sociales para el marketing de un libro. En esta guía te ofrecemos un vistazo general a las diferentes plataformas y te mostramos cómo puedes usarlas para cada lector objetivo.

Por qué te deberían importar las redes sociales como autor o autora

Las redes sociales no suponen un instrumento crucial de marketing solo para las empresas. Como autor o autora, también puedes aumentar tu número de lectores a través de las redes sociales. Lo importante aquí es la interacción con los usuarios de las respectivas plataformas, donde también puedes proporcionar a otros un valor añadido con un contenido interesante.

A través del marketing de redes sociales puedes:

- Dar a conocer tus libros y aumentar tu popularidad.
- Aumentar el alcance geográfico de tus lectores, incluso más allá de las fronteras nacionales.
- Obtener reseñas.
- Enviar encuestas de opinión a tus lectores y recibir feedback directo.
- Conseguir un contacto directo con tus lectores.
- Entrar en contacto con otros integrantes del sector.
- Fidelizar a tus lectores a largo plazo.

Con el fin de sacarle el máximo provecho al marketing de redes sociales, deberás planificar y configurar tu presencia en las redes sociales cuidando todo detalle.

Estrategias de marketing para las redes sociales

A través de las actividades que realices en redes sociales ganarás lo que no podrías conseguir con ninguna medida de marketing de pago: la confianza y simpatía de tu público. Por eso, debes tener paciencia y no esperar un éxito inmediato. El marketing de redes sociales es un proceso que toma tiempo. Solo podrás lograr el éxito a largo plazo una vez hayas publicado algunos contenidos y despertado el interés de tus lectores. A continuación, te ofrecemos cinco consejos para comenzar con éxito tus actividades en las redes sociales.

Primero: define tu grupo objetivo

Resulta aconsejable realizar un análisis de tu lector objetivo para cerciorarte de que te diriges a este de forma adecuada y con contenidos útiles. Para ello debes preguntarte quiénes son tus lectores: ¿A qué grupo de edad pertenece tu lector objetivo? ¿Qué redes sociales concretas visita tu lector objetivo? ¿Ya se habla de ti en las redes? ¿Qué contenidos son los que más les interesan a tus lectores? ¿En qué redes actúa tu competencia y cómo se comunica en ellas?

Juega a lo seguro

A veces no resulta fácil publicar los contenidos adecuados en las correspondientes plataformas. Tómate tu tiempo y no publiques contenidos simplistas o poco meditados, sino hazte eco de temas variados. No solo hagas publicidad para tus libros, sino intenta ofrecer a tus lectores un valor añadido publicando, por ejemplo, enlaces interesantes sobre temas que ya hayas tocado o compartiendo imágenes y vídeos con tus usuarios. Pregúntate siempre qué es lo que te gustaría saber a ti sobre tu autor favorito. Lo importante es publicar periódicamente y darles a tus usuarios la oportunidad de que participen en debates, preguntándoles por su opinión.

El tono lo es todo

Con el fin de atraer a un mayor público y aumentar tu alcance, debes asegurarte de que tus contenidos sean comprensibles. Elige frases cortas y concisas. Plantéate qué tipo de contenidos va a juego con tus títulos y tu grupo objetivo: ¿humor, datos y/o entretenimiento? A muchos usuarios también les gusta aprender sobre ti como autor o autora. Redacta de vez en cuando alguna entrada breve y auténtica sobre tu persona. Si eres novelista, la entrada puede ser algo más emotiva, mientras que, si escribes libros especializados, deberías ceñirte más a los hechos. En cualquier caso, sé tú mismo y mantente fiel a tu estilo lingüístico.

Consejo:

A veces, en tus conversaciones verás también comentarios que no van con el tema. Otros comentarios están formulados de tal manera que no resultaría adecuado responder a ellos. En estos casos, mantén la calma y comenta solo lo que te gustaría debatir. Puedes ignorar todo lo demás. La ley no escrita reza que no se han de eliminar los comentarios de usuarios, a no ser que contradigan las normas de la red social en cuestión o denigren a otras personas.

Publica en el momento correcto

Un factor primordial para tener éxito en el marketing de redes sociales es publicar los contenidos en el momento correcto. La hora y el día de la semana son cruciales. En general, el momento de publicación debería regirse por tu grupo objetivo. Podrás averiguar fácilmente cuándo se conectan tus usuarios, realizando varias publicaciones y fijándote en las reacciones a estas. Algunas plataformas también te dan una visión llamada "Estadísticas", donde puedes ver el comportamiento de tus usuarios y el alcance de tus publicaciones.

Mantén la vista en el balón

No te agobies con la enorme cantidad de redes sociales que ya existe. Más importante que la cantidad de canales que ofrecen las redes sociales es que te comuniques con tus lectores con regularidad. No basta con crear un perfil y echar un vistazo de vez en cuando. Las redes sociales son extremadamente efímeras y los contenidos deberían ser siempre de actualidad. Céntrate al principio en uno o dos perfiles y cuídalos con detalle.

Redes con gran número de usuarios: Facebook y Twitter

Facebook

- Número de usuarios: 2.449 millones de usuarios activos, de los cuales 21 millones se conectan desde España.
- Grupo objetivo: más del 90 por ciento de los usuarios acceden a Facebook a través de tabletas y smartphones. El grupo de usuarios más numeroso está formado por personas de entre 25 y 34 años con una distribución por sexos prácticamente equilibrada.
- Ventajas: posibilidad de crear una página de fans de autor o autora en la cual puedes presentar tus libros. A diferencia de un perfil privado, una página de fans de este tipo es siempre pública y puede ser visitada por usuarios que no están registrados. En la sección de "Información" también puedes ingresar todos los datos de contacto pertinentes.

Así es como funciona: abre en un navegador de internet la página principal de Facebook (www.facebook.es). En el punto "Crear cuenta nueva" podrás registrarte y encontrarás campos para introducir tu nombre, el correo electrónico y la contraseña. Es recomendable introducir tu nombre verdadero o tu nombre de autor o autora en Facebook para que los demás usuarios puedan encontrarte.

Un buen ejemplo es la página del autor Lino García Morales que muestra una imagen suya, así como las portadas de sus nuevos libros.



Lino García Morales

Fuente: <https://www.facebook.com/cartontabla>

Con el apoyo de algunas aplicaciones simples como Twitter o Instagram, por ejemplo, puedes incrustar las dos aplicaciones en Facebook.

Consejos de BoD:

- Interactúa compartiendo fotos, vídeos y sorteos y genera valor añadido para tus fans de Facebook publicando artículos interesantes.
- Anima a tus fans a publicar activamente y comenta sus publicaciones.
- Procura compartir siempre que puedas el enlace a tu página de fans en otras redes sociales, en tu perfil privado, en tu página web, así como en tu firma de correo electrónico y en tu tarjeta de visita, si la tuvieras.

- Asegúrate de variar regularmente tu contenido.
- Fíjate en la formulación del texto que vayas a publicar: mejor escoger textos breves, pero con gancho.
- Recuerda que en Facebook y en otras redes sociales, las páginas y los perfiles no privados deben ir provistos de un aviso legal.
- No olvides que puedes editar tu contenido en cualquier momento, incluso después de publicarlo.

Twitter

- Número de usuarios: alrededor de 360 millones de usuarios.
- Grupo objetivo: el grupo de usuarios más numeroso está formado por personas de entre 14 y 29 años.
- Ventajas: está basado en el principio del “microblog”. De este modo se pueden difundir mensajes breves de hasta 280 caracteres. Los mensajes publicados los pueden ver también usuarios no registrados.

Registro: en Twitter puedes registrarte para obtener un perfil privado o una página de autor en www.twitter.com. Ahí encontrarás un breve formulario para crear una cuenta en el que debes introducir el nombre que desees, tu correo electrónico o teléfono y tu fecha de nacimiento. Después de registrarte, podrás indicar tu nombre de usuario (p.ej. tu nombre de autor o autora). Este debería ser fácil de recordar para que las personas interesadas puedan localizarte y contactar contigo en Twitter. Aunque, en principio, puedes cambiar el nombre de usuario en cualquier momento, deberías evitar hacerlo desde que cuentes con los primeros seguidores (usuarios que siguen tu perfil de Twitter) para evitar confusiones. Elige un nombre de usuario corto. Así ahorrarás caracteres, dado que al enviar un Tweet a otro usuario los caracteres del nombre forman parte de los 280 caracteres disponibles.

Consejos de BoD:

- Aprovecha la gran cantidad de opciones que ofrece esta red social para personalizar tu cuenta: con una imagen de alta calidad, tanto para la foto de perfil como para la portada, podrás llamar la atención. Ten en cuenta que tu foto no puede pesar más de 2MB, de lo contrario tendrás dificultades al subir el archivo.
- Asegúrate de usar el campo de información “Biografía”, este tiene un máximo de 160 caracteres para incluir información sobre ti y tus libros. Si también tienes un sitio web de autor, puedes enlazarlo aquí y referirte a otras redes sociales en las que estés activos.

Términos relevantes en Twitter

Tuit o tweet

- Son mensajes cortos donde puedes comentar a los lectores, por ejemplo, en qué estás trabajando actualmente o qué te interesa, etc.
- Un tuit puede incluir, además, imágenes y vídeos.
- Puedes “seguir” fácilmente a otros usuarios en “Sígueme” y estar al día de lo que hacen los demás.

La etiqueta o hashtag (#)

- Con una etiqueta o hashtag puedes marcar palabras clave. A través de estas, les explicas a tus usuarios de qué va el contenido enlazado o el tuit y recalcas la importancia del concepto en cuestión.
- No uses más de 3 hashtags por tuit para asegurar la facilidad de lectura.

El símbolo @

— Sirve para responder directamente a un usuario de Twitter y funciona como un enlace al perfil de este. Ten en cuenta que todos los demás seguidores pueden leer este mensaje y que no es un mensaje privado.

El retweet (RT)

— El retuit sirve para seguir difundiendo un tuit ya enviado y publicado. Se puede comparar con la función de compartir en Facebook.

— Es un instrumento fabuloso que te muestra que otros usuarios de Twitter han leído tus contenidos y que estos les han parecido interesantes.

— Se deben evitar los errores ortográficos, ya que no se puede editar un tweet después de publicado. Si esto ocurre solo se tiene la opción de borrarlo y volver a publicarlo.

— Una imagen a veces vale más que mil palabras: deleita a tus seguidores con una imagen bonita y divertida de vez en cuando.

Redes sociales con énfasis en imágenes: Pinterest e Instagram

Pinterest

Pinterest es una red social en crecimiento que salió a la red en marzo de 2010. El nombre compuesto de la empresa deriva de la palabra inglesa “pin” (pinchar o clavar con un alfiler o una chincheta) e “interest” (interés). Pinterest funciona como un tablón de notas digital para todo lo que a los usuarios les parece interesante y estos quieren mostrar a otros.

— Unos 400 millones de personas usan Pinterest cada mes, casi 14 millones de visitas al mes provienen de España. Con más del 60 %, las mujeres suponen una notable proporción de los usuarios de esta plataforma web respecto a los hombres. La mayoría de los usuarios de Pinterest tienen entre 25 y 44 años.

Crea un tablón de notas virtual totalmente gratuito

Para ello, puedes registrarte en www.pinterest.com. Te recomendamos, crear además un perfil de empresa que supone la herramienta de marketing de Pinterest. En Pinterest el diseño de tu página surge a raíz de las imágenes que subes.

Buenas prácticas: comunica visualmente

El quid de la cuestión: los pins y los repins

Un pin es un archivo de imagen que subes en tu tablero. Puedes crear la cantidad de tableros que desees y estos pueden ser secretos (solo los ves tú) o públicos. Los tableros sirven para guardar tus pins en diferentes categorías. Los usuarios de Pinterest no tienen que seguir todo tu perfil, sino que pueden compartir un tablero o una imagen en particular. Por lo tanto, un repin es prácticamente un pin de otro usuario que guardas en tu propio tablero. En Pinterest lo que realmente importa no es la cantidad de seguidores sino la cantidad de repins. Así podrás crear contenidos con efecto bola de nieve.

Acapara la atención con tus tableros

Intenta crear tableros variados y ordenados por temas:

— Muestra imágenes de lugares que aparezcan en tus libros.

- Publica imágenes características de tus protagonistas.
- Sube propuestas para imágenes de portada y pide a tus seguidores/lectores que te den su opinión.
- Enseña tus lugares preferidos para escribir.
- Cuenta un poco sobre tus aficiones, tus libros favoritos, etc.
- Deja que tus lectores participen en el proceso de creación de tu obra.

Si escribes libros especializados, puedes crear tableros en torno al tema de tu especialidad. En este caso, puedes optar por contenidos relacionados con tus veladas de lectura o eventos, así como con tu lugar de trabajo.



Agapea

🌐 [agapea.com](https://www.agapea.com) · @libreriaagapea · Más de 17 millones de 📖 en catálogo, enviamos a cualquier parte del mundo 🌍. Tenemos librerías en #Málaga #Granada #SanFernando #Mallorca #Tenerife

659 seguidores · Siguiendo a 17

Fuente: https://www.pinterest.es/libreriaagapea/_shop/

Encontrarás inspiración en el perfil de Agapea que con sus variados tableros como “Comics”, “Tiempo libre” o “Manualidades” crea un espacio virtual dedicado a la literatura.

La imagen de portada: colorida, graciosa e individual

El primer elemento que verán tus seguidores en tu tablero es la imagen de portada de cada tablero. Para atraer la atención, elige una imagen vistosa como portada. Da rienda suelta a tu creatividad.

Usa etiquetas o hashtags

La mayor ventaja de Pinterest es que tus fotos, imágenes e infografías no se ordenan por actualidad, por lo se pueden encontrar fácilmente, aunque haya pasado algún tiempo desde su publicación. Para lograr una visibilidad y un alcance máximos en esta red, usa etiquetas (según el mismo principio que en Twitter) en la descripción de la imagen. De este modo, los usuarios encontrarán tu página a través de la búsqueda de Pinterest. Incluye también un enlace a tu página web en la descripción de la imagen para que los visitantes interesados encuentren directamente más información sobre tus contenidos.

Consejos de BoD:

- Integra los pins de otros usuarios de Pinterest en tu tablón y atrae la atención sobre ti y tus contenidos visuales.
- Tu comunidad siempre está deseosa de tener noticias sobre tus actividades como autor. Por este motivo, publica contenidos transcendentales con regularidad y mantén tu tablero a la última.

— No informes exclusivamente sobre tus libros. En Pinterest lo principal es el entretenimiento. Asegúrate de que tus tableros ofrecen un valor añadido a los visitantes y encuentra un punto de equilibrio entre el entretenimiento y la promoción.

Instagram

Instagram, al igual que Pinterest, se ha especializado en la representación de contenidos visuales y pertenece desde el 2012 a Facebook. Hasta la fecha se han subido más de 40.000 millones de imágenes y vídeos.

— Número de usuarios: a nivel mundial Instagram cuenta con 1000 millones de usuarios mensuales, 16 de ellos en España.

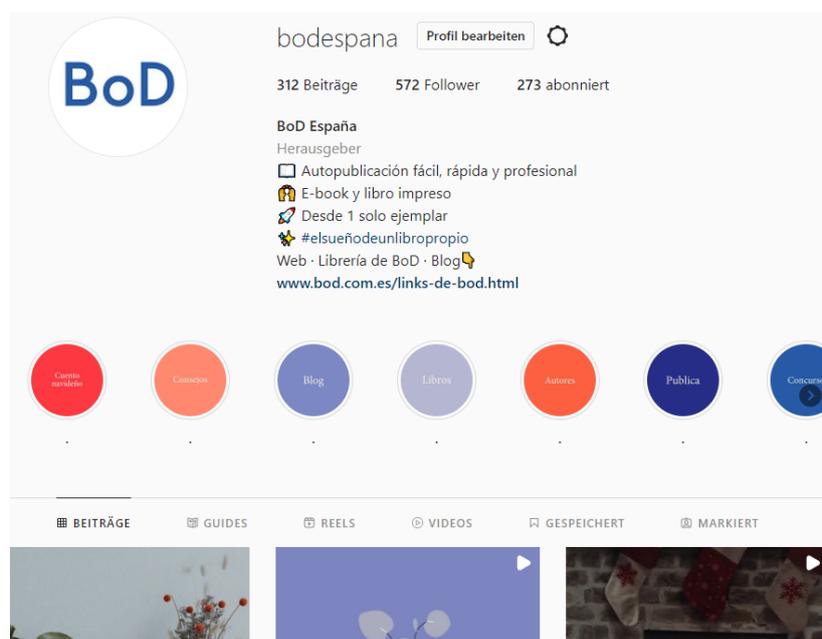
— Grupo objetivo: el 61 % de los perfiles pertenece a usuarios de entre 18 y 39 años de edad y el 55% de los usuarios son mujeres.

— Ventajas: contenido en forma de imágenes, vídeos o gifs. Instagram es una plataforma visualmente especializada que funciona principalmente a través de su propio teléfono inteligente.

Registro: la aplicación se puede descargar gratis en el App Store de Apple o en Google Play. Después de la instalación determinas tu contraseña, tu nombre de usuario/autor o autora así como otros datos del perfil.

Buenas prácticas: excursión entre bambalinas

Puedes llamar la atención rápidamente con fotos atractivas y excepcionales o contenido en vídeo. Para ello en Instagram dispones de varios filtros (con los que crear ciertos efectos) y de marcos. Ponle un título a tu imagen y, si quieres, compártela también en otras redes. En Instagram, además, podrás añadir palabras con etiquetas y geotiquetas (del lugar en el que se sacó la foto). A través de los filtros se puede alterar considerablemente el efecto de una imagen. Así puedes escoger entre filtros cálidos con un brillo suave o filtros más fríos de gran contraste. Con otros filtros se imita el efecto de diapositivas o de imágenes en blanco y negro. Si lo deseas, también puedes añadir un marco a tu imagen.



Fuente: <https://www.instagram.com/bodespana/>

Consejos de BoD:

- Atrae la atención con fotos particularmente atractivas e inusuales.
- Usa herramientas de edición; p. ej. VSCO, Afterlight, etc., para editar tus imágenes desde tu Smartphone fácilmente. También puedes usar uno de los filtros que ofrece la aplicación para cambiar los tonos (cálidos o fríos) o el contraste de la foto.
- Además de agregar en Instagram las etiquetas o hashtags, implementa las geoetiquetas para vincular tus fotos con el lugar en el que han sido tomadas.
- Crea contenido personal con el cual tus seguidores puedan “ver detrás bambalinas” quién eres.
- Utiliza la plataforma para interactuar con tus fans y crear sorteos.
- Comparte fotos o videos cortos de 15 segundos a través de las historias de Instagram. Los usuarios podrán compartirlas y estarán disponibles por un período de 24 horas.
- Con las historias también podrás anunciar chats en vivo. Hazlo con poca antelación y mantente en contacto directo con tus seguidores.
- Crea videos cortos en formato reels para una mayor visibilidad o, para videos más largos, utiliza la función de IGTV. Estos, a diferencia de las historias, pueden ser vistos por tus seguidores incluso luego de 24 horas de haber sido publicado.

Plataformas de recomendación de libros

Goodreads

Goodreads es un club de lectura virtual que con sus más de 30 millones de miembros pertenece a las plataformas de habla inglesa dedicadas a la lectura más extensas a nivel mundial. Sin embargo, Goodreads ofrece también grupos en español, por lo que cada vez más usuarios hispanohablantes hacen uso de ella. Con Goodreads puedes entablar conversación personalmente con los usuarios y participar en discusiones respecto a tus libros, crear entradas de blog propias, videos, acertijos, y mucho más.

Lecturalia

Lecturalia es una red social de literatura y comunidad de lectores, con más de 81.000 usuarios registrados, que ofrece la posibilidad de comentar y valorar libros.

Librote

En esta red social de libros puedes guardar listas con tus libros favoritos, publicar críticas y compartir con tus amigos tus lecturas favoritas.

Sopa de libros

Sopa de libros es una comunidad que reúne a los lectores y les brinda la posibilidad de votar y publicar reseñas de libros.

Tú qué lees

Esta es una comunidad de lectores de libre acceso. Allí podrás ver lo más leído del mes, los libros más deseados y escribir reseñas y recomendaciones.

Wattpad

En Wattpad los autores pueden publicar sus manuscritos total o parcialmente y compartirlos con más de 30 millones de lectores a nivel mundial. Para ello, crea un perfil de autor gratuito y sube tus textos bajo la opción “Crear”. Muchos autores suben solo capítulos sueltos, de modo que los lectores esperan ansiosos la llegada del siguiente capítulo y siguen a los autores de forma duradera. Las historias que subas las puedes

Aplicaciones útiles para las redes sociales

Unum

Unum es una aplicación diseñada para iOS. Con esta app podrás planificar tus publicaciones para visualizar cómo lucen las publicaciones individuales en tu cuenta, así como editar fotos, aplicar filtros, y agregar hashtags y las descripciones de las publicaciones. Actualmente la aplicación no funciona para dispositivos Android. Sin embargo, la actualización está en proceso.

Canva

Con Canva tendrás todo lo necesario para diseñar en un solo lugar todo tipo de contenido gráfico. En esta aplicación cuentas con un gran número de formatos adecuados para tus publicaciones, ya sea que se trate de una en Instagram o de una foto de portada para Facebook. También puedes subir tus propias imágenes o hacer uso de una de las miles que ofrece esta aplicación, encontrar filtros, símbolos, funciones para la edición de fotos, formas, tipos de letras, etc. La aplicación tiene un costo de suscripción mensual de 12€. Sin embargo, puedes optar por la versión gratuita.

Later

Se trata de un planificador de contenido para Instagram, Facebook, Twitter y Pinterest con el cual las publicaciones se suben automáticamente. Con Later podrás planificar las historias de Instagram, guardar las descripciones de las publicaciones y ordenar, dentro de la aplicación, tus imágenes en una galería.

Ninjalitics

En esta aplicación puedes encontrar análisis gratuitos de los perfiles de Instagram y TikTok.

Socialblade

Socialblade es una buena herramienta para analizar tus perfiles en redes sociales como Instagram, YouTube, Twitter, Twitch, Daily Motion y Mixer. Podrás ver aquí las estadísticas sobre el número de seguidores, la tasa de interacción y muchas otras.

Elegir bien la red adecuada

En general se puede decir que no existe “una red social correcta” para un tipo de autor en concreto. Más bien, se persiguen distintos objetivos con las diferentes redes sociales en las que se trabaja con diferentes contenidos y medios. Por ello, es útil usar activamente redes con un gran número de usuarios como Facebook y Twitter y comunicar de la forma más efectiva posible con tus seguidores. Escoge temas de actualidad e inicia tú mismo debates que tengan lugar más allá de tu página web.

Los contenidos adecuados en las redes sociales

Para autores y autoras de ficción: publica contenidos en torno a tus libros, a los temas sobre los que estés escribiendo, sobre tus protagonistas, comparte un enlace a una muestra de lectura, informa sobre eventos, muestra cómo y dónde trabajas y cuenta qué te define como autor o autora.

Para autores y autoras de literatura especializada: informa a tus usuarios de tus áreas de especialización, publica enlaces y otros contenidos sobre tu especialización, usa etiquetas adecuadas y promociona las reseñas que hagas de libros.

Consejos de BoD:

- Independientemente del género al que pertenezcan tus libros, crea siempre una página de autor para fans en las distintas redes sociales. Así conseguirás alcanzar al mayor número de usuarios. Puedes crear una página de fans tanto para tus títulos como para ti como autor.
- Sé activo en Facebook y en Twitter. Así conseguirás alcanzar al mayor número de usuarios de todas las edades, independientemente del sexo. Puedes usar Pinterest e Instagram sobre todo para ofrecerles a tus lectores una imagen auténtica de tu trabajo y de tu persona. Intercambia impresiones sobre ti y sobre tus libros e infórmate sobre libros en diferentes foros literarios.
- Regístrate en las comunidades literarias más grandes, como Goodreads. Ahí puedes dar a conocer tu libro, obtener reseñas de tus lectores y comunicar directamente con ellos.
- Usa las llamadas redes profesionales, como LinkedIn, y crea un perfil como autor.
- Otro importante instrumento de marketing es una página web de autor en Amazon que puedes gestionar en authorcentral.amazon.com.

Posibles contenidos para tus redes sociales

Proceso de escritura

¿Estás escribiendo tu manuscrito y te gustaría compartirlo con alguien más? Entonces interactúa con tus lectores y lectoras. Enséñale a tu audiencia imágenes de tu proceso de escritura, p. ej., qué capítulo estás escribiendo o qué personaje estás desarrollando en el momento.

Detrás de bambalinas

¿Qué te hace diferente como autor o autora, además de escribir historias? ¿Cuáles son tus hobbies? ¿Qué haces en tu tiempo libre? De seguro haces un par de cosas que tus seguidores encontrarán interesante. Cuando, por ejemplo, compartes fotos de tu mascota, atraes la atención de las personas que en primer lugar no sabías que podías conseguir.

Citas de libros

Las citas de libros funcionan muy bien para hacer tu historia más apetecible para los lectores. Con ellas puedes brindarles una vista general de la historia sin tener que revelar todo. Existe una gran variedad de aplicaciones con las que puedes diseñar fantásticas citas. Algunas recomendaciones son Unfold, Canva o WordSwag. Podrás lograr increíbles resultados con tan solo un par de clics.

Votaciones

¿Aún no decides el nombre de tu protagonista o no te puedes decidir entre dos propuestas para tu cubierta? Entonces, deja que tus lectores y lectoras potenciales decidan qué les gusta o comenten cuál podría ser el nombre de tu protagonista. Algunas votaciones son perfectas para interactuar con tu comunidad y hacerles sentir que hacen parte del proceso de publicación de tu libro.

Revelaciones de la cubierta

¿Deseas que tu libro atraiga la atención de tantas personas como sea posible? En ese caso, una revelación de la cubierta es perfecta para ti. Puedes revelar cada semana, poco a poco, tu cubierta antes de hacer la presentación del libro.

Presentación de los personajes

¿Cómo lucen tus personajes y qué los caracteriza? Puedes compartir estos y otros aspectos de los personajes de tus libros en tus redes sociales.

Eventos

Ya sean veladas de lecturas, ferias, firmas de libros o talleres de escritura: informa a tus lectores sobre los eventos en los que pueden encontrarte.

Sorteos y juegos

Los sorteos y juegos son la oportunidad perfecta para atraer la atención de las personas a tu libro, incluso de aquellas que aún no lo conocen.

Lista de control para tu presencia en redes sociales

Escoge la plataforma a utilizar

- ¿Es la plataforma escogida la adecuada para tu grupo objetivo?
- ¿Requiere registrarse?

Planifica el contenido

- ¿Qué contenido compartirás periódicamente?
- ¿Es tu contenido apropiado para el grupo objetivo seleccionado?

Prepara tus fotos

- ¿Cuentas con foto de perfil e imagen para la portada de tu perfil?
- ¿Has preparado el suficiente contenido para publicar con regularidad en plataformas como Instagram?

Preséntate como autor o autora en cada plataforma

- ¿Qué información debería estar pública?
- ¿Has redactado el texto que usarás para el campo “sobre mí”?
- ¿Has incluido la información sobre tus proyectos de libros actuales o pasados?
- ¿Has enlazado, en lo posible, tu perfil con tus otras redes sociales?

Utiliza herramientas adicionales

- ¿Necesitas descargar aplicaciones para editar las fotos?
- ¿Has comparado las herramientas de análisis?
- ¿Has instalado aplicaciones de seguimiento o monitoreo para redes sociales?

No olvides los temas legales

- ¿Has verificado el aviso legal y el aviso de protección datos y los has integrado a todos tus redes sociales?

Referencias

Facebook

<https://mcsocialmedia.com/estadisticas-redes-sociales-usuarios-activos-facebook-instagram-youtube-twitter-linkedin-otras/>

<https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>

<https://www.statista.com/statistics/699241/distribution-of-users-on-facebook-worldwide-gender/>

Twitter

https://mcsocialmedia.com/estadisticas-redes-sociales-usuarios-activos-facebook-instagram-youtube-twitter-linkedin-otras/#Usuarios_Activos_de_Twitter_en_Espana_y_en_el_Mundo

<https://www.statista.com/statistics/828092/distribution-of-users-on-twitter-worldwide-gender/>

<https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/>

Pinterest

https://www.huffingtonpost.es/entry/pinterest-usuarios-mujeres-millennials_es_5f744616c5b66377b27af7c1

Instagram

[https://thesocialmediafamily.com/estadisticas-uso-instagram/#:~:text=Actualmente%2C%20existen%2016%20millones%20de,las%20redes%20sociales%20\(6%25\)](https://thesocialmediafamily.com/estadisticas-uso-instagram/#:~:text=Actualmente%2C%20existen%2016%20millones%20de,las%20redes%20sociales%20(6%25))

<https://kinsta.com/es/blog/instagram-estadisticas/>

Lecturalia

www.lecturalia.com

Librote

www.librote.com

Sopa de libros

www.sopadelibros.com

Tú qué lees

www.tuquelees.com

Goodreads

www.goodreads.com/about/us

Wattpad

www.wattpad.com/about