

Suzanne Borg

TRABAJO FREELANCE

Cómo convertir tu blog en una herramienta laboral



Suzanne Borg

TRABAJO FREELANCE

Cómo convertir tu blog en una herramienta laboral



COOLTURA



Introducción

Aunque resulte paradójico, el trabajo *free-lance* se ha convertido en un camino seguro para muchos profesionales hoy en día. La comodidad de coordinar los horarios según las propias necesidades, la posibilidad de abrirse a nuevas oportunidades y de seguir las metas personales al mismo tiempo que las laborales son algunas de las gratificaciones que permite esta modalidad de trabajo.

La pregunta de todo profesional que desea emprender este rumbo es ¿por dónde empiezo? Así se inicia este recorrido, en el que muchas acciones son realizadas a manera de prueba y error, pero también con la convicción de que si no se obtienen los resultados inmediatos, alguna lección se aprenderá sin la menor duda.

La opción de trabajar por propia cuenta se presenta como especialmente indicada para algunas carreras profesionales, quizás porque el tipo de servicios que ofrecen estos trabajadores les permite crear su cartera de clientes sin necesidad de una gran estructura empresarial. O también porque en muchos casos, la vida del emprendedor se enfoca hacia las ventas, lo que facilita el camino a través de un objetivo bien concreto.

En todo caso, el problema surge cuando uno sabe lo que quiere ofrecer, pero no conoce los medios para difundirlo al público potencial (en adelante, clientes). En estos casos, invertir en publicidad puede ser una opción errónea, ya que

ésta es útil para posicionar una marca o una imagen, pero no para explicar una serie de servicios de manera detallada.

Con el boom de la era digital, y en especial desde el año 2005, empezaron a surgir los blogs. Por supuesto, como en todo inicio, no se tenía muy en claro el tipo de alcance que esta herramienta depararía en torno al desarrollo profesional, pero sin duda se convirtió en un puntapié para todo lo que ocurrió después.

Decir que a partir de un blog se puede armar una carrera profesional exitosa ya no es una locura, y de hecho hay muchos casos que confirman esta premisa. Emprendimientos enfocados en ventas, servicios de comunicación digital, marketing digital, dictado de cursos, y muchas otras temáticas fueron el punto de partida de estos sitios que han devenido en los medios más consultados del momento. Pero... ¿por qué sucede esto?





¿Qué es un blog?

Las definiciones son variadas y poco exactas, pero si vamos a reducirlo a lo práctico, un blog se presenta como una bitácora o espacio en la red, donde se pueden escribir de manera cronológica un sinnúmero de notas (llamadas entradas o “post”), para dar a conocer cualquier temática.

El formato de un blog varía según el gusto de cada autor, y puede crearse a partir de conocimientos básicos de diseño, o también utilizando plantillas que incluyen ideas o combinaciones para adornar el espacio virtual. En cuanto al grado de dificultad, dependerá de la plataforma que se utilice. Los sistemas más conocidos son Blogger, que no requiere conocimientos avanzados para poder usarlo, y Wordpress, utilizado sobre todo para blogs profesionales que en muchos casos se convierten en medios digitales. Estos últimos presentan mayor planificación de contenidos y la posibilidad de incluir herramientas avanzadas para interactuar con la comunidad de lectores.

También se popularizó otra plataforma llamada Tumblr, la cual se caracteriza por permitir el “posteo” de entradas más visuales que escritas, suele utilizarse para complementar el contenido de otro medio digital. El éxito de esta red se dio gracias a una comunidad de fotógrafos y artistas visuales, quienes se identificaron con este tipo de formato para mostrar sus trabajos de forma independiente e inmediata.