

PASAPORTE PODCAST - Greydaliz Rivera

EPISODIO 48: La descripción de tu podcast (3 plantillas gratis adentro)

04 de julio de 2021

[Música]

Greydaliz:

[00:00:01] ¡Bienvenida! Yo soy **Greydaliz** y esto es **Pasaporte Podcast**, un espacio para ti, que estás enamorada del **podcasting** y quieres sacarle el máximo provecho a la creación de contenido de audio para el beneficio de tu negocio y estilo de vida. ¡Sí! Porque el trabajar desde casa, o cualquier parte del mundo, haciendo buen dinero, e impactando vidas, es posible gracias a un **podcast**. Así que prepárate, porque aquí, y ahora, voy a enseñarte cómo hacerlo. [*Sonido de olas del mar*]

[00:00:40] [Cantando] Cuando calienta el sol, aquí en la playa... Metida en mi madre, en mi cama con la sábana hasta la cabeza estoy yo, feliz en este 4 julio. Te voy a decir algo sobre mí, yo soy una bicha, pero full, no cool, full [Risa] y me encanta sobre todo ir construyendo una vida y por eso amo el **podcasting**, porque me ha permitido precisamente ir construyendo esta vida, en la que yo vivo por el fast line. Así como cuando tú vas a Disney y hay una fila solamente para los VIP, pues yo quiero que mi vida completa sea fast line. Así que voy construyendo mi vida, y mi negocio, y mis acciones, y mis hábitos, y mi mentalidad. De esa manera, para poder tener muchos privilegios. Y una de las cosas que amo hacer desde que soy emprendedora es cuando la masa, y la gente, y el descojón se forma en el mundo, yo me encuevo que tú no me ves el pelo por ningún lado. Yo me meto dentro de mi casa, me encierro, medito, oro, proceso, adelanto muchas cuestiones de mi proyecto y de mis metas y de toda mi cuestión, me centro mí. Y cuando la gente se va a sus prisiones sin celdas, porque no se enteran que están presos, yo salgo al mundo. Así que a correr kayak y a coger solecito mañana lunes, porque hoy mi amor la calle esta revuelta y yo me quedo escondidita aquí. Me encanta ser parte, y prepararme, sobre todo, porque todavía no llego a ser parte del 1%, pero por ahí voy. Yo espero que tú te sientas en la misma vibra y en la misma dirección que yo, para que puedas resonar conmigo porque si no, no podrías ni siquiera escuchar 15 segundos de este **podcast**, no vibramos, y ahorita voy a ahondar un poquito más sobre eso.

[00:02:31] Hoy [Aclarar garganta] quiero hablarte sobre **la descripción de tu podcast**. La descripción de un **podcast** es un breve, breve, breve

y persuasivo escrito, texto, copy de tu show, de tu programa. Y es importante que sea breve y persuasivo. Te voy a compartir porque es súper importante y muchas veces los subestimamos, la gente súper ignorante a veces se cree que un **podcast** es [Sonido chasquido de dedos] grabé y vámonos. Mi amor no seas inculta [Risa]. El enlace es una pieza bien importante, te voy a dejar, of course, el enlace y así empezando dándote valor como me gusta mi. El enlace de una investigación que hicieron en donde dice ¿verdad?, estudiaron a 780 personas, oyentes de **podcast**, y les hicieron una pregunta sobre qué para ellos era bien importante al momento de decidir qué **podcast** escuchan y cuál no. Y para que tú tengas una idea por pela, pero por pela ganó la opción de **la descripción del podcast**. Mucho más que incluso lo que es la carátula y el nombre del **podcast** que son súper importantes. Así que, así, así de importante es la descripción de un **podcast** y saber hacerla bien. La descripción de tu **podcast** es algo que tú vas a colocar en el hospedaje o en el lugar donde creaste el **RSS Feed de tu podcast** ¿verdad? Y lo bueno es que esa descripción va a estar pegada, entre comillas, con ese feed. Así que donde quiera que vaya el feed, va la **descripción de tu podcast**. Incluso en los **directorios de podcast** y va a estar así como que esa descripción bien cerquita, normalmente está bien cerca de lo que es la carátula. Y las personas ven la carátula y van, [Sonido chasquido de dedos] miran para la descripción rapidito. Y como te dije de las estadísticas anteriores, para la gente es más importante la descripción de ese **podcast** al momento de decidir si lo escuchan o no. Así que cómo hacer una descripción de tu **podcast** correctamente y cómo vas a poder obtener unos templates listos para que copies, pegues y uses. Sobre eso voy a hablarte hoy, pero antes...

[Música]

[00:04:34] Tienes que saber, por si es la primera vez que me escuchas y si es la segunda vez que me escuchas o quinta vez y no has tomado acción, tú tienes que saber que todo el contenido de valor que yo discuto en este espacio, es traído a ti por mi auspiciador, ¡qué inteligente que soy!, que mi auspiciador es mi propio producto, porque soy brillante, **Lanza tu Podcast**, una academia online de **Formación para Podcasters**, que te cagas encima. Allí te enseñé el paso a paso para **lanzar un podcast de éxito** desde el día uno, y una vez lo lances, sepas hacer las mejores prácticas que te consoliden como la mejor **podcaster** de tu sector. Regístrate en mi webinar gratuito para que confirmes que **Lanza tu Podcast**, **Greydaliz** y tú, somos almas gemelas. Visita lanzatupodcast.com/webinar, te dejo el enlace y la información en las notas del programa. [Sonido de efectos especiales]

[00:05:29] Mira, sin temor a equivocarme, yo he escuchado más de 15.000 episodios de **podcast**, o sea, tengo una **academia de podcaster** [Risas] he escuchado todos mis episodios y he publicado

más de 800 episodios. Uno de mis **podcast favoritos** nada más tiene más de 2.000 y pico de episodios, y yo los he escuchado todos, y algunos 2 y 3 veces. Así que pensándolo bien puede que ese 15.000 que te dije se quede corto. He escuchado un montón de episodios de **podcast** y he leído también muchas descripciones al momento de decidir si escucho un **podcast** o no. En arroz y habichuelas, directo al grano como le gusta a **Greydaliz**, qué son esos puntos o cuáles son esos puntos importantes al momento de yo, por lo menos yo, desde mi perspectiva y mi criterio decidir si escucho un **podcast** o no. Número uno: cliente ideal, y esto te lo digo para que lo tengas siempre en mente, cualquier decisión que tú vayas a tomar con tu **podcast** e incluso con tu negocio, tú siempre tienes que considerar a tu cliente ideal. Que por cierto, puede que algunas de las recomendaciones que te voy a dar a continuación te las puedes pasar por el forro, porque según tu cliente ideal, [Risa] tú las tienes que hacer opuesto a como yo te voy a decir. Así que eso es ley, siempre importante que tengas en mente a tu cliente ideal. Porque es importante también que ellos lean el mensaje de esa descripción y digan *uhm, esto es para mí, vamos allá*.

[00:06:50] Otro criterio importante al momento de yo decidir si escucho un **podcast** o no basado en la descripción, es el minimalismo en esa descripción. A pesar de que **Apple** te permite, por ejemplo, tener 4.000 palabras, *¡barbaridad espantosa si tú llegas allá! ¡Dios mío! hiciste un ensayo*, o sea, si tú escribiste en la **descripción de tu podcast** 4.000 palabras tú hiciste un ensayo y yo no le meto a eso, porque yo no sé porque cuando yo veo algo súper largo, innecesariamente, que es lo que me molesta, pues me entra el Lady Di y me bloqueo, no puedo leer nada, o sea, y como todo por ahí, perfume bueno en frasco pequeño viene, cuento súper cabrón, en menos de 7 palabras, te amo Hemingway, o sea, simpleza pura. Yo, de hecho, amaré el día en el que para yo venderte algo, o transmitirte algo, o decirte algo con la telepatía baste. Porque soy súper minimalista al extremo, pero mientras tanto, pues mira, vámonos súper mínimo, incluyendo con la descripción, vamos al grano. Sobre todo esto es algo que incluso yo noto con la **música de los podcast**, que por supuesto voy a dedicar algún episodio más adelante hablar sobre esto, pero ya no me pongas una súper canción antes y al final de tu **podcast** porque me dan unas ganas de dormir horrible. [Sonido chasquido de dedos] Ponme una musiquita, o un sonido ahí que me dejes saber que empezaste y que acabaste y se acabó. Pues lo mismo con la descripción, vamos al grano.

[00:08:10] Otra cosa que es una de las razones por la cual la gente se explaya hablando mierda, no te pongas, no te quieras hacer la más cool, te quieres hacer la más cool, por ejemplo, añadiendo un montón de emojis, yo no sé quién es tu cliente ideal, pero si tiene 12 años lo puedo entender, pero si no tiene 12 años y tú tienes ahí eso que parece un emoji, un chorro de emojis en los títulos del **podcast** y en toda la descripción, *¡Oh, qué charrería! no puedo contigo mi amor, no puedo*

contigo. Simpleza, minimalismo, sobre todo, me gusta mucho los emojis en cierto momento, pero noto que ciertas personas por no dominar el copy pues se ponen vagas y quieren transmitir con un emoji lo que no pueden transmitir en palabras, no mi amor, de parte de **Greydaliz**, yo prefiero traspasar el trabajo y crear algo que te haga entender que es para ti y no usar un emoji como de bastón, no me gusta esa vagancia, pues no abuses de los emojis que tampoco es bueno. Pero también es bien importante que no te quieras hacer la más cool, o sea, hay una **podcaster** que yo amo mucho, la admiro mucho, ella es súper exitosa en el **mundo del podcasting**, así que la admiro mucho en ciertas cuestiones de su proyecto y toda la cuestión, pero tiene unas cosas que a mí no me gustan para nada, y una de las cosas es hacerse la más cool, y la más chula, y la más ahahah, y tú lo puedes notar desde la descripción, que de hecho, su **podcast** a mí me empalaga porque ella se quiere hacer la más no sé qué y entonces te crea un contenido allí súper, mucho contenido que en verdad está hueco, [Sonido chasquido de dedos] sorry nacacher, pero así lo siento. Y entonces, pues, a veces tú sientes como que esas descripciones así tan melosas, *¡ay nena, por favor dime a lo que vinimos y sigue para adelante!* Si quieres que te diga ¿verdad? como un resumen déjame saber en qué tú eres especialista, a quién ayudas y cómo ayudas a esa persona. Y si acaso, cuáles son las intenciones específicamente con tu **podcast**, suficiente.

[00:10:00] Otro criterio importante al momento de yo decidir si escucho un **podcast** o no basado en la descripción que leo, es la vibra [Risas] Y a mí no me gustan estas personas que todo es como que la vibra, y se ponen así como que todo bien zen, no me gusta esa vía, aunque yo soy bastante espiritual. Pero a veces también me doy cuenta que hay gente que está como que demasiado exagerado con los unicornios y los arcoiris y toda esta ridiculez, no puedo, anyway. De todas formas, todo tiene energía, así que cuando tú haces una **descripción de tu podcast**, eso tiene una energía que se percibe. Yo he desarrollado la capacidad de percibir esa energía consciente e inconscientemente, pero en el caso de que tú todavía no la puedas percibir conscientemente, tu inconsciente la va a percibir. Y esto es la razón que incluso, aunque las personas echen como una fotografía, una foto lectura así a la **descripción de tu podcast**, van a haber personas que simplemente con esa foto lectura, sin leer el detalle dicen, *yo me voy de aquí*. Y hay gente que con esa foto lectura dicen, *yo aquí me quedo*. Porque como todo en la vida, incluso yo como dueña de negocio, tengo gente que quiere trabajar conmigo porque saben que yo les voy a dar resultado. Y tengo gente que no quiere trabajar conmigo porque saben que yo les voy a dar resultado. Así que depende del juego que tú estés jugando y lo que tú quieras tener en tu vida, tú sabes si eso va a ser bueno para mí o no va a ser bueno para mí. Me encanta, esto es algo que estoy viviendo como mentora, pero me gusta mucho la idea de trabajar con personas que se resisten a trabajar conmigo y que yo sé qué tienen, son nichos porque cuando entran a mi vida hay

transformación, hay cambio, hay campos incluso de modelo de negocio, y eso el subconsciente lo siente muy bien. Así que te repelen, pero llega el punto que se dan tanto cantazo con la piedra que vuelven en algún momento. Quiero que sepas que también la descripción de tu **podcast** tiene energía, así que también ser inconsciente cuando la estás creando, estás estresada, estás histérica, estás molesta, estás, que necesitas esto como que te escuchen porque sí, porque sí, como cuando tú quieres un jevo, que quieres el jevo y mientras más quieres el jevo menos caso te hace el jevo, las que no son de Puerto Rico, jevo es novio en Puerto Rico. Pues no, cuando tú estás obsesionada lo espantas, pues igual, cuál es la energía y la vibración que tú tienes en el momento en que éstas escribiendo esa descripción, porque todo eso se va a transferir y se va a sentir en el momento en que la persona vea esta descripción en X directorio, bien atenta a eso.

[00:12:22] Otro punto o criterio bien importante cuando yo leo la **descripción de un podcast**, es el copywriting. Para mí el copywriting es una forma hermosa de transformar ideas complejas en algo simple. Ya sabes que soy minimalista y a mí siempre, yo tiendo para lo más simple y minimalista. Y el copy, cuando tú tienes una buena destreza del copy tú eres capaz de coger una idea compleja, como te estoy diciendo, y simplificarla al máximo. Así que, a mí cuando yo veo un buen copy en una descripción, 2 cosas: número uno, me doy cuenta que esa persona si hace un buen copy en una buena descripción estoy segura que el contenido de su **podcast** también va a ser bueno. Y número dos, si la persona no domina muy bien el copy, pero contrató a alguien para que creara un buen copy, también lo voy a sentir, porque uno se da cuenta que no, no sé, no necesariamente es algo que esa persona pudo haber creado, pero sé que es una persona que sabe tomar decisiones importantes y que está atento a los detalles. Así que yo sé que es una persona que va a cuidar también los detalles dentro de cada uno de los episodios, y para mí eso es admirable y me deja saber que eso va a ser posiblemente un buen **podcast**.

[00:13:26] Otro punto o criterio importante al momento de crear la **descripción de tu podcast**, o que yo también uso cuando voy a decidir si escucho o no un **podcast**, es que tú no me importas, tú no le importas a nadie, entiéndelo. Esto es algo que nos duele, al ego le duele mucho esto que te estoy diciendo, pero en verdad los humanos somos súper egoístas, lo único más importante en el mundo somos nosotros. Es más, yo estoy segura que a veces decimos como que *no, lo más importante es mi hijo*, embuste, ¡embuste!, lo más importante es lo que tu hijo te da, whatever, nada, anyway. Nos vamos, nos desviamos, pero muchas veces con todo eso la persona más importante, aunque amemos mucho a alguien, seguimos siendo nosotros [Risas]. Así que, tienes que saber que cuando alguien escucha, descubre tu **podcast**, o sea, descubre la **descripción de tu podcast**, le va a importar un pepino que tú estés hablando así como

que, *bien este es el espacio de **Greydaliz**, una mujer maravillosa que vive en el campo con su hija bella, con unos rizos preciosos, en una casa que no le debe al banco y que es una mujer maravillosa que tiene un negocio que va camino a ser millonaria.* A nadie le importa, a nadie le importa eso, la gente es, *qué hay aquí para mí* y tenlo presente. Yo muchas veces cuando veo **podcast** que empiezan donde empiezan con, *¿cómo se llama esto?*, el sujeto, el sujeto de la oración es como que ellos mismos, *fulano de tal, experto maravilloso, ¡ay! mira bye, bye.* Así que es bien importante que tú todo lo que digas, incluso si quieres decir algo de ti *¿verdad?*, porque tú eres una figura bien importante, pues que lo digas hablando de ti, pero a favor de quién te está leyendo. No como para dejar tu ego e irse hablando de lo maravilloso y diferente que tú eres, está atenta a eso.

[00:15:10] Otro punto bien importante es que puedes usar, por ejemplo, palabras de dolor, palabras que le duelen a tus oyentes, mamá, emprendedora, marketing, negocio, **podcast**, 40, esas son algunas de las palabras que ahora a mí me duelen, o que están en mi vida de alguna forma. O sea, palabras claves, porque recuerda que también la **descripción de tu podcast** funciona como si fuese googlediable dentro de los **directorios de podcast**, así que una persona puede encontrar tu contenido por estas palabras claves, pues sé también bastante estratégica con esto.

[00:15:42] Otro criterio o punto importante al momento de escribir una buena descripción de tu **podcast** es que uses datos impactantes a tu favor, o sea, si tú eres la número uno en la revista Forbes, si tu **podcast** fue premiado, si eres la best seller autor, si... O sea, todas estas cosas como que dan esta prueba social. A mí eso me parece súper pendejo y no siempre me mueven y me hace nada, pero hay mucha gente que sí. Y si tu cliente es una persona que esa prueba social lo va a mover como que, *wow, esta es la gran jodienda, déjame leerla, o déjame escucharla*, pues tú sabes que puedes usar esa herramienta a tu favor. Importante, que sean puntos, datos impactantes, no auto impuestos por ti, sino que son parte de lo que es un reconocimiento público, o de otro negocio, otra persona, otra entidad, que te los ha otorgado a ti, no es algo que tú te pusiste, que eres la gran jodienda, no, sino que alguien dijo que tú eres la gran jodienda.

[00:16:40] Y por último, un último consejo que te quiero dar sobre estos puntos para crear esta **descripción de tu podcast**, es que seas **Madonna**. Yo fui al concierto de Madonna y me encantó cuando ella dijo: *“Sé todo menos predecible”*, yo dije *¡te amo Madonna!* Porque a mí me encanta ser todo menos predecible. Así que, sobre todo, cuando tú estás en un nicho ya que tú dices *¡Dios mío! es que todo el mundo en mi sector lo hace así, lo hace asá, y usamos este formato, y así son las palabras, y así...* Sal de la caja por favor, porque tienes que buscar la manera de ser diferente, de hablar diferente, de destacar, de dejarte

ver, salta entre todo lo que estás haciendo. Y a veces eso molesta cuando tú dices, *aquí va el típico abogado hablando el lenguaje de abogado pendejo, meterte miedo, o que si te van a meter preso, o las palabras éstas, bien.* ¡Ay! no puedo con esa gente, me aburro y me voy.

[00:17:35] Y, precisamente, hablando de diferente, voy a hacer algo contigo porque yo también amo el **podcasting**, estoy cada vez amando más el marketing, o sea, estoy aprendido tantas cosas. Y ya me molesta también toda esta cuestión que tiene que ver con los fone, y los fone súper aburridos que hace la gente. Voy a compartir un ejercicio contigo, dar con todas estas recomendaciones que te dije, todos estos criterios, estos puntos que te mencioné anteriormente, voy a crear 3 descripciones del **podcast**, que voy a crear yo from the scratch y las voy a estar escribiendo, pero te voy a dejar en las notas del programa el enlace de este episodio que va a ser **pasaportepodcast.com/48**, pero te voy a dejar el enlace en las notas del programa cualquier cosa. Ahí te voy a dejar un enlace de un documento que está vivo, ten cuidado que no lo vayas a matar [Risas]. Es un documento que está vivo porque yo lo voy a estar actualizando en tiempo real. Así que si tú escuchas este episodio digamos hoy domingo 4 julio, pues dale un breackesito a mi equipo de trabajo a que me pongan este enlace en la página web, posiblemente mañana lunes, pero si lo escuchas un poquito más adelante va a estar este enlace ahí, donde tú vas a poder entrar, y yo voy a estar actualizando estas 3 **descripciones de podcast**, con 3 ejemplos distintos para que tú veas como yo estoy aplicando lo que te dije aquí, que son los puntos como que más importante. Y si hay alguna que te encanta y que tú la quieras usar, las sombreas, editas las palabras según lo que tú estás haciendo mi amor y úsalas que son tuyas, ¿está bien? Y va a ser bien interesante porque yo voy a estar editándolas en tiempo real, así que si de repente entras en 3 meses después de hoy, pues puede que luzcan diferentes, ya mi artista gráfico habrá hecho un diseñito más o menos decente con ese documento. Quién sabe ¿verdad? cómo esté evolucionando, pero sobre todo, pues vas a poder ver la evolución del copy, está vivo. Y no te voy a meter en un fone, déjame tu email aquí y esta página de venta aburrida, ay, total para darte el valor y el contenido. Mi amor [Sonido chasquido de dedos] entra en ese enlace y ya tienes el contenido y el valor que te quiero dar, aplicando lo que compartí contigo en este episodio. Así que espero que sea útil y va a estar como te digo editándose en tiempo real, así que me lo voy a coger como un ejercicio también de ir puliendo mis destrezas de copywriting que, uhm, es un súper poder que cualquier persona debe desarrollar aunque sea algo que delegues eventualmente a un equipo de trabajo, a copywriters, es algo que siempre te va a ayudar mucho si lo dominas. Así que también me lo cojo como un ejercicio y lo voy compartiendo contigo para que veas en tiempo real este documento vivo que está evolucionando. Y cuando ya está así como que tú digas *que esto ya está en mis términos, esto se ve que Greydaliz ya lo terminó.* Úsalo, úsalo, y si no lo he terminado porque ves que todavía

está cómo que uhmmmmm, tenlo de referencia que como quiera te va a servir.

[00:20:11] Así que con esto me despido por el día de hoy. Sabes que si quieres entrar en mi vida para no ser más del montón de la del **podcaster** y no estar equivocada pensando que para tener un **podcast** con grabar ya basta y, sobre todo, ser estratégica para que puedas sacarle dinero y que uses esta herramienta de una forma tan bella como lo hago yo a favor de tu negocio y de tu mensaje, pues...

[Música]

[00:20:35] Sabes que disfrutaste de este episodio gracias a la academia online de **Formación para Podcasters, Lanza tu Podcast**. Visita lanzakupodcast.com/webinar para que participes de mi seminario en vivo **Conoce cómo puedes crecer y monetizar una audiencia con un Podcast**, para que descubras información que te va a confirmar que esto es lo que sí o sí tú tienes que hacer, que el **podcasting** es el próximo paso inteligente en tu negocio. En este webinar voy a empezar por el final, voy a tener una sesión de preguntas donde yo voy a poder aclarar las dudas que tengas en vivo, y voy a tener un contenido que vas a amar:

- Razones sorprendentes por la cual podcast con gran potencial fracasan.
- Cómo definir tu audiencia y sus intereses para garantizar el mayor éxito.
- Cómo monetizar tu podcast desde el primer momento si te da la gana.
- Lo más importante que necesitas saber al momento de ponerle un buen nombre a tu podcast y mucho más porque tú sabes que yo siempre me exployo.

[00:21:30] Que por cierto, hablando de exployadera, ya te dije que este webinar es gratis. Regístrate en lanzakupodcast.com/webinar enlace y toda la información en las notas del programa. [Sonido de efectos especiales]

[00:21:43] Qué rico se siente cuando tú en tu agenda le haces a la casilla de contenido inbound marketing ¡check! Así que espero que te hayas disfrutado este contenido y que te sea bien útil ese enlace que te voy a dejar de un documento que voy a estar editando constantemente para dejar tres descripciones bien chulas ahí que las puedas usar en el momento que las necesites. Comparte este episodio y este mensaje con alguna persona inteligente como tú. Y si no tienes ninguna persona inteligente alrededor tuyo, más importante [Sonido chasquido de dedos] que te anotes. Y si no tienes ninguna persona inteligente alrededor tuyo, pobrecita, pero puedes ser parte de **Lanza tu Podcast** pronto, porque somos el promedio de las 5 personas con las que pasamos más

tiempo, pero cualquier cosa lo que consigues este tipo de personas inteligentes y brillantes alrededor tuyo, con que me dejes esas 5 estrellas y ese mensaje de amor en la plataforma donde escuchas **podcast**, esto me va a llenar de alegría y amor y también va a hacer que el directorio donde me escuchas posicione el **podcast** para que otras mujeres parecidas a ti alrededor del mundo lo descubran. Seguimos hanguendo a través de las redes sociales, me encuentras como **@Greydaliz**. Te doy las gracias por darle oído a otro episodio de **Pasaporte Podcast, podcaster o futura podcaster** nos vemos la próxima **¡Muuuach!** ¡Explayados como me gustan a mí!

[Música]