

5 CONSEJOS DE MARKETING DE CONTENIDOS Y 17 HERRAMIENTAS PARA GENERAR CONTENIDOS

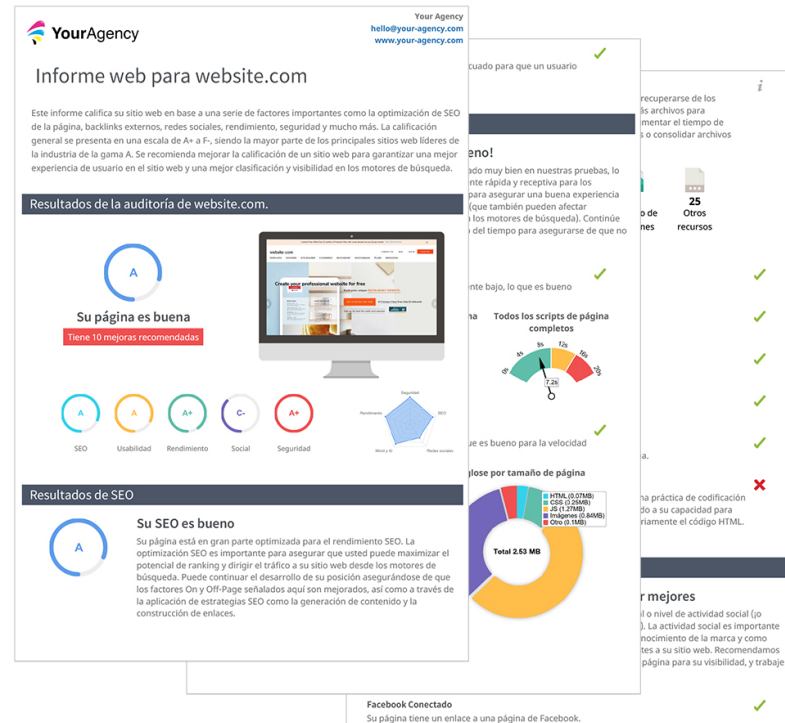


Acerca de SEOptimizer

SEOptimizer es la mejor herramienta de auditoría de posicionamiento en buscadores de internet para realizar análisis detallados de posicionamiento en buscadores. SEOptimizer comprueba más de 100 puntos de datos de páginas web y proporciona recomendaciones claras y factibles sobre las medidas que puede tomar para mejorar su presencia en internet y su clasificación en los motores de búsqueda.

La herramienta de seguimiento de palabras clave de SEOptimizer es idónea para controlar el volumen de búsqueda de palabras clave y para monitorizar las clasificaciones de las mismas. El rastreador de posicionamiento en buscadores también es capaz de encontrar problemas de posicionamiento en buscadores ocultos en cualquier página web. SEOptimizer es ideal para propietarios, diseñadores de páginas web y agencias digitales que desean mejorar sus páginas web o las de sus clientes.

- ✓ **Ahorre tiempo** – algunas agencias dedican cientos de horas de trabajo manual realizando auditorías de páginas web que pueden automatizarse en segundos.
- ✓ **Presente informes atractivos** – impresione a sus clientes actuales y futuros con informes profesionales que parecen hechos a mano.
- ✓ **Consiga más clientes** – convierta su página web en un imán para los clientes. Utilice informes PDF de marca blanca y la herramienta de auditoría integrable para adquirir más clientes directamente desde su sitio web.





INTRODUCCIÓN	4
CONSEJO 1	6
CONSEJO 2	7
CONSEJO 3	8
CONSEJO 4	9
CONSEJO 5	10
17 HERRAMIENTAS PARA GENERAR CONTENIDO	11
CONCLUSIÓN	18



Si transitas por el mundo digital seguro que has oído hablar una y mil veces sobre el marketing de contenidos

Por si todavía tienes dudas...

...“el marketing de contenidos es la parte del marketing digital que busca crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el objetivo de atraerlos hacia la empresa y conectar con ellos”. Fíjate que hablamos de “**contenido relevante para tus clientes o prospectos**” así que olvídate de “hablar de tu libro”, del autobombo y la promoción y piensa en contenidos que aporten valor e interesen a tus destinatarios. Si consigues esto probablemente se sientan atraídos hacia tu marca o empresa y sus productos o servicios.

Hay que entender contenido en sentido amplio, no sólo el escrito. Contenido es cualquier clase de publicación ya sea:

- Artículos o posts
- Actualizaciones en redes sociales
- Imágenes
- Infografías
- Vídeos
- Guías / tutoriales
- E-Books
- Plantillas
- Presentaciones
- Webinars
- podcast



Los contenidos se pueden difundir a través de diversos canales:



Redes sociales

No sólo Facebook o Twitter sino otras más visuales como Pinterest o Instagram, las profesionales como LinkedIn



Blog

Por sus características, un blog corporativo es el formato ideal a partir del cual desarrollar una estrategia de contenidos más amplia. El blog actuará como centro neurálgico desde donde enlazar contenidos a las redes sociales o canales digitales, convirtiéndose en el elemento principal de una campaña multicanal de generación y distribución de contenidos



Agregadores de contenido

Tipo Marketing Fan, Menéame o Divoblogger



Directorios y foros

Donde se trate una temática similar

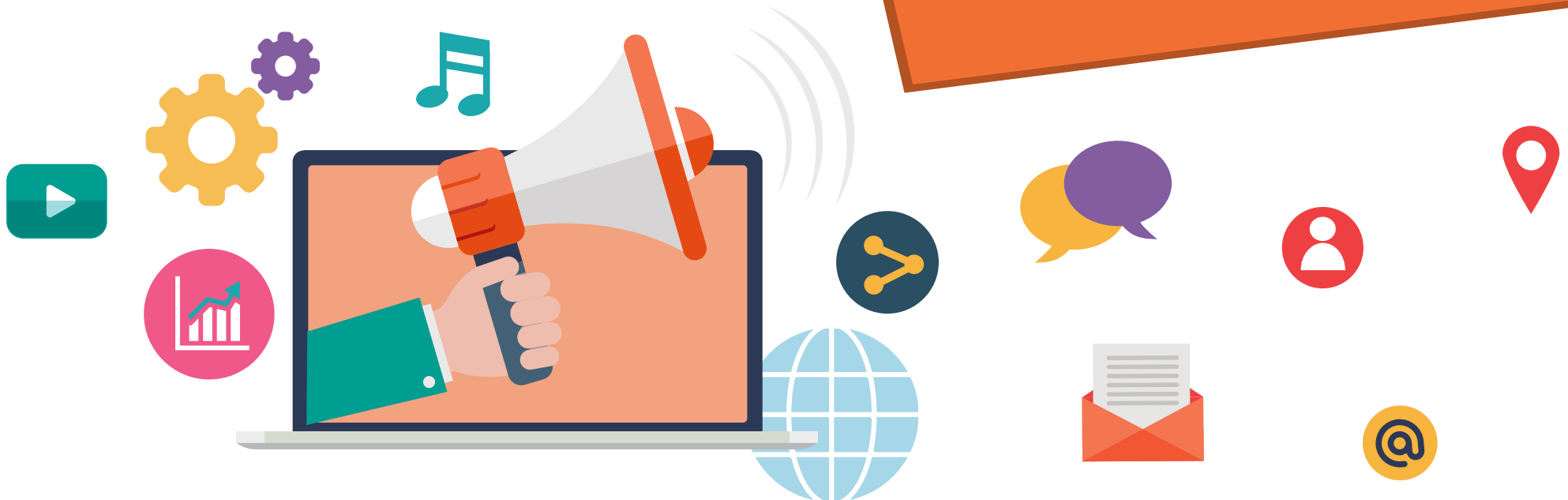
Algunos consejos que pueden ayudarte a ser un crack en esto del contenido:

Consejo 1

El marketing de contenidos debe estar alineado con los objetivos generales de la empresa y los de marketing.

A veces da la sensación de que los contenidos van por libre como si el resto de la empresa nada tuviera que ver con ellos. Pues rotundamente no. El marketing de contenidos debe estar al servicio y bajo las directrices de los objetivos de negocio. Si tus objetivos de negocio pasan por captar nuevos clientes de un perfil determinado el marketing de contenidos debe estar orientado a cautivar/enamorar a ese tipo de potencial cliente.

El marketing de contenidos debe estar al servicio y bajo las directrices de los objetivos de negocio



Consejo 2

Ten siempre en mente a quién te diriges con tus contenidos

Los contenidos deben ser relevantes para tus clientes actuales y potenciales. Piensa siempre en ellos cuando diseñes tu estrategia de contenidos. Genera contenidos para ellos, no para los buscadores ni para tus iguales (competidores, partners, etc..). A veces se cae en la tentación de buscar visitas y poco más. De nada te sirve que tus contenidos tengan mucha popularidad (eje: generen muchas visitas a tu web) si esa popularidad no se traduce en algo más (conversiones)

Piensa en tus clientes y potenciales clientes cuando diseñes tu estrategia de contenidos



Consejo 3

El marketing de contenidos no se reduce a tener un blog

Un blog puede ser una forma efectiva y adecuada de poner en marcha tu estrategia de marketing de contenidos. O no. Al final todo depende del perfil y hábitos de consumo de tu audiencia. Por ejemplo, si te diriges a adolescentes quizás es más adecuado usar vídeos.

En función de tu audiencia, una estrategia sólida de marketing de contenidos debería incluir distintos formatos. La lista de posibilidades es enorme, te hemos contado algunos posibles formatos al principio de esta presentación.

Incluye formatos en tu estrategia de contenidos en función del perfil y hábitos de consumo de la audiencia a la que te diriges



Consejo 4

Tienes que tener mucha paciencia y perseverancia

Si piensas que esto de los contenidos es fácil te equivocas. Nada es fácil en el mundo online pero los contenidos requieren de mucha dedicación, esfuerzo y constancia. Si tienes un blog tienes que renovarlo con contenidos interesantes y de valor para tu audiencia. No desesperes, esto es una carrera de fondo pero los resultados merecen la pena.

Los contenidos requieren de mucha dedicación, esfuerzo y constancia, pero no desesperes, merece la pena



Consejo 5

Los contenidos hay que compartirlos. Tan importante como su generación es su difusión

De nada sirve generar contenido si nadie lo conoce. Diseña cauces para hacer llegar tus publicaciones a tu público objetivo. Sé constante y comparte tus contenidos. Una vez lo hagas ¡mide los resultados que obtengas!

Haz llegar tus contenidos a tu público objetivo y mide resultados



Herramientas para generar contenidos

Presentaciones corporativas

Prezi

El último 'hit' en torno a las presentaciones en movimiento. Hablamos de una herramienta online muy demandada, a la vez que útil, ya que permite crear presentaciones no lineales conseguidas y sin dificultad.

SlideRocket

Ofrece la posibilidad de realizar presentaciones de forma colaborativa, además de compartir cada una de ellas mediante URL. Permite utilizar plantillas o bien subir presentaciones anteriores que hayamos realizado. Su inconveniente es que es de pago, aunque ofrece una versión de prueba de 14 días.

PowToon

En SEOptimizer ya hemos hablado de esta herramienta, que nos ayuda a realizar acciones llamativas, ahora a base de vídeos animados. Es un dispositivo fácil de utilizar, ya que permite cambiar textos, añadir imágenes, animaciones, y muchas posibilidades más.



Presentaciones corporativas

Vuvox

Interesante aplicación para crear presentaciones multimedia a través de imágenes, texto, vídeo y audio. Se trata de una herramienta muy completa pues ofrece dos servicios diferentes: Vuvox Express (presentaciones con fotos), Vuvox Collage (presentaciones con fotos, música, texto..), y Vuvox Studio (presentaciones más personalizadas).

Bunkr

Es la aplicación de más reciente creación. Su atractivo reside en que nos permite seleccionar aquello que queremos, mediante un bookmarklet, añadiendo todo tipo de contenido.



Herramientas útiles para realizar infografías

Infor.am

Se trata de una herramienta totalmente gratuita y de registro sencillo. Su potencial radica en que posee un buen listado de plantillas gratuitas y elaboradas, a las que se pueden añadir datos, imágenes o vídeos. Una ayuda muy eficaz si tu organización cuenta con pocos recursos.

Piktochart

Hacer infografías se convierte en una tarea atractiva con esta aplicación, que permite importar los datos desde un ordenador personal o portátil sin dificultad. El usuario puede introducir imágenes y otros objetos arrastrándolos desde su escritorio. Cuenta con una lista de plantillas gratuitas, aunque otras son de pago.

Easel.ly

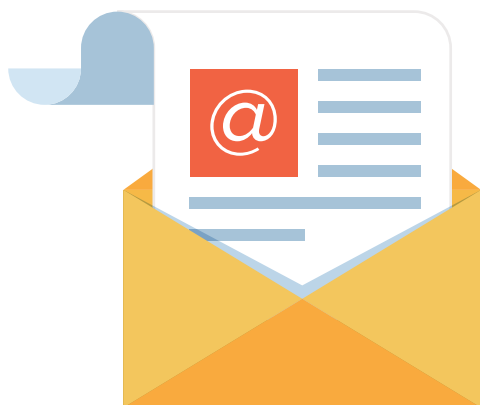
El principal atractivo de esta herramienta es que facilita a su usuario constituir infografías desde cero. Su desventaja más visible es que no permite introducir información de manera directa, pero añade el atractivo de la personalización de la infografía, paso a paso. Sus usuarios señalan que es una aplicación fácil de utilizar, cuyo potencial reside en su oferta de iconos susceptibles de utilizar.



Herramientas para crear y enviar newsletters

Mailchimp

Es la herramienta más empleada por pymes y la que usamos en SEOptimizer. Destaca por su fácil uso y completa integración con Google Analytics. La versión free permite enviar 12.000 e-mails al mes a un total de 2.000 suscriptores. De forma sencilla, se configuran las listas de destinatarios y el aspecto formal de los mensajes. Además, posee un sistema automático de suscripción y un panel de control de estadísticas, para monitorizar los resultados de las campañas. Si no sabes usarla te enseñamos cómo hacerlo en nuestros cursos personalizados ¡somos unos enamorados de Mailchimp!



Aweber

Es quizás la más sencilla de las herramientas que analizamos en el presente post. Se centra, fundamentalmente, en publicaciones digitales y blogs. Es un instrumento ideal en el trabajo diario de organizaciones, en las que la generación de contenidos tiene un papel destacado. Permite configurar gran número de formularios y posee muchas opciones de personalización. Para algunos, es el mejor autoresponder del mercado y está dotado con un mecanismo que permite conocer el grado de spam de los mensajes.

Herramientas para crear y enviar newsletters

Campaign Monitor

Es el instrumento idóneo para empresas medianas o grandes. Permite enviar una campaña a distintas listas de mail. Posee completísimas herramientas de análisis o medición, además de un mecanismo que permite visualizar, en tiempo real, un mapa con geolocalización de lectura de los correos electrónicos.

Doppler

Programa que facilita la confección de campañas en sólo cuatro pasos: creación de listas de suscriptores, envío de e-mails, medición de resultados y optimización. Es posible personalizar los mensajes y ofertas en función del target. Posee editor de texto WYSiWYG y de templates Drag & Drop. Igualmente, goza de integración con Google Analytics



Herramientas para compartir contenidos en las redes sociales

Hootsuite

Se trata, sin duda, de una de las más populares aplicaciones de administración de redes sociales. Dispone de un completo panel de control, que permite actualizar, insertar enlaces, seguir comentarios y monitorizar una marca en distintas cuentas y redes. Hootsuite, además, ofrece informes y análisis, con número de clics diarios, información geográfica, enlaces más populares etc.

TweetDeck

Conocida herramienta para gestionar la red social Twitter. Es un programa intuitivo y sencillo de emplear. Desde una sola pantalla o panel, es posible leer tweets de las personas que seguimos, tweets en los que se nos menciona, así como los mensajes privados. Incorpora acortador de URL y buscador. Además, es posible crear grupos y marcar favoritos.

Ready4Social

Es una de las pocas aplicaciones españolas para la gestión y administración integral de plataformas sociales. Está pensada para los profesionales del sector (community managers, social media managers...), pero también para usuarios particulares. La gran baza de Ready4Social es la incorporación de un motor de curación de contenidos. Gracias a este mecanismo automático, es posible seleccionar las informaciones más interesantes y compartirlas después en las distintas redes.



Herramientas para compartir contenidos en las redes sociales

Sprout Social

Completo y útil servicio web, que ayuda a administrar y monitorizar nuestra marca en diferentes redes sociales. Dispone de varios planes, para gestionar cuentas de Twitter, Facebook, LinkedIn o Foursquare. Puede utilizarse de manera gratuita durante 30 días. Sprout Social destaca por su fácil uso, por ofrecer historial de conversaciones, bandeja de entrada de mensajes personalizable, estadísticas de notoriedad y comparación con otros usuarios.

Twitterfeed

Es uno de los programas más populares para mantener actualizadas cuentas de Twitter y Facebook. Permite enlazar las mismas con RSS de blogs, automatizando la publicación de posts de interés en estas redes sociales



Conclusión

El marketing de contenidos es algo muy serio que requiere de mucho esfuerzo y constancia

Ponte en manos de buenos profesionales que te puedan ayudar a diseñar una buena estrategia en línea con la de la empresa y a ejecutarla. Si quieres atraer a potenciales clientes y un buen posicionamiento orgánico trabaja el marketing de contenidos de tu negocio.

Te llevará tiempo y trabajo ¡pero los resultados merecen la pena!





Ahorre un 10 %
en cualquier plan SEOptimer
con el código de cupón:

ebook



www.seoptimer.com

support@seoptimer.com

