



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

El marketing de contenidos y su importancia del para posicionar sitios web

2021



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



¿Qué es el marketing de contenidos?



El marketing de contenidos es una de las tácticas más comunes y poderosas en el marketing digital ya que por medio de contenidos útiles y de valor se busca que los clientes busquen a las empresas y no que las empresas busquen a los clientes.



Cómo mejorar el SEO de su sitio web con marketing de contenidos



El marketing de contenidos es una de las formas más efectivas para que las empresas mejoren su SEO.

El objetivo final del marketing de contenidos es proporcionar contenido de calidad que resuelva las necesidades de su público objetivo y los lleve de regreso a su sitio web.



Cómo mejorar el SEO de su sitio web con marketing de contenidos



Los siguientes son algunos puntos clave que debe considerar al implementar esta estrategia:

- Comprenda las necesidades de su audiencia
- Cree contenido valioso sobre el tema e informativo para su público objetivo
- Promocionar y distribuir contenido de calidad en canales de redes sociales, blogs, boletines informativos por correo electrónico, etc.
- Genere oportunidades de venta de clientes existentes o prospectos que estén interesados en lo que tiene para ofrecer.



1. Determine su mensaje y la audiencia de destino



Determine su mensaje y la audiencia objetivo. Es importante que las personas con las que está hablando puedan entender y relacionarse con lo que está diciendo.



1. Determine su mensaje y la audiencia de destino



El mensaje debe ser conciso, claro y específico. Debe estar alineado con los valores de su marca. Por ejemplo, si desea hablar sobre cómo la innovación es una piedra angular de la cultura de su empresa, asegúrese de que haya un enfoque claro en eso. Esto le ayudará a diferenciarse de otras empresas de la industria que pueden no tener tanto énfasis en la innovación y la creatividad.



1. Determine su mensaje y la audiencia de destino



No intente atraer a todos a la vez; en su lugar, identifique grupos de personas que estén interesadas en cosas similares y adapte su mensaje de acuerdo con esos grupos mediante el uso de diferentes canales de marketing (es decir, plataformas de redes sociales) o hablando en eventos a los que podrían asistir).



2. Creé un plan de marketing de contenidos



La idea de armar un plan de contenido puede parecer abrumadora, pero es un paso necesario en cualquier estrategia de comunicación y ventas.



2. Creé un plan de marketing de contenidos



Es importante crear los tipos de contenido adecuados y tener tiempo para crearlo. No desea publicar algo que no sea relevante o que nadie quiera ver. Esto podría ser un error costoso para su negocio.



2. Creé un plan de marketing de contenidos



Cree un plan de contenido que establezca lo que desea lograr, qué tipo de publicaciones desea en sus canales de comunicación, con qué frecuencia se publicarán y quién se encargará de cada trabajo.



3. Cree un sitio web para albergar su contenido



La gente vendrá a su sitio web para ver el contenido. Si es un blogger, querrán leer su última publicación. Si tiene un canal de YouTube, la gente verá su último video. Debe crear un sitio web que sea acogedor y presente este contenido de una manera fácil de encontrar.



3. Cree un sitio web para albergar su contenido

Cree un sitio web simple con características básicas como información de contacto, enlaces a redes sociales y un sistema de menú fácil de navegar que muestre el contenido que está compartiendo con el mundo y asegúrese de que sea compatible con dispositivos móviles para que los visitantes puedan conectarse con usted en cualquier momento donde quieran.



4. Utilice las redes sociales para distribuir su contenido.



Las redes sociales son una buena forma de dar a conocer su contenido. Es una excelente manera de hacer que las personas se interesen en sus ideas y es una excelente manera de conectarse con ellas.

Tiene la oportunidad de crear relaciones con sus clientes y clientes potenciales a través de las redes sociales. También puede entablar conversaciones con ellos y ver qué quieren de usted, qué necesitan y cómo puede ayudarlos.

Por otro lado, las redes sociales son una excelente opción para la publicidad, especialmente si las usa como una plataforma efectiva para la generación de leads.



5. Implementar la optimización de motores de búsqueda y técnicas de optimización de la tasa de conversión cuando corresponda.



El marketing en Internet es una parte importante de la construcción de un negocio exitoso. Una clasificación alta en los motores de búsqueda y una gran cantidad de tráfico de las redes sociales pueden ayudar a generar más clientes potenciales para su negocio y también facilitar la conversión de esos clientes potenciales en ventas.



5. Implementar la optimización de motores de búsqueda y técnicas de optimización de la tasa de conversión cuando corresponda.



La optimización de motores de búsqueda es el proceso de manipular el contenido, el código y la arquitectura de una página web para que ocupe un lugar más alto en las páginas de resultados de los motores de búsqueda como Google (SERP). Los SEO utilizan técnicas de optimización en la página y técnicas de optimización fuera del sitio para aumentar la clasificación de sus sitios.



5. Implementar la optimización de motores de búsqueda y técnicas de optimización de la tasa de conversión cuando corresponda.



La optimización de la tasa de conversión (CRO) es el proceso de aumentar la tasa de conversión de su sitio web. Esto sucede al estudiar el comportamiento del usuario en el sitio para identificar cualquier cuello de botella o puntos de fricción que puedan estar causando que los usuarios abandonen su carrito de compras o formulario de registro antes de completar





CONTENIDOS

POR ETAPAS DEL FUNNEL DE VENTAS

TOFU

Artículos en tu blog

Ebooks y guías

Infografías

Contenido en video

MOFU

Guías

Webinars

Casos de estudio

Plantillas

Comparaciones

BOFU

Demostraciones

Pruebas gratis

Email segmentados

Retargeting



MAILCLICK

www.mailclick.com.mx

<https://linkedin.com>

EL RECORRIDO DEL COMPRADOR Y SU IMPORTANCIA

TU CLIENTE

TUS ACCIONES

Se vuelve consciente de su dolor; se libera de su propio status quo.

Te enfocas en los problemas y puntos de dolor. Usas contenido enfocado en la industria; redes sociales, publicidad, patrocinadores, relaciones públicas.

ATENCIÓN



Se interesa en encontrar una solución, comienza a descubrir tendencias, productos, marcas.

Te enfocas en las soluciones, educas, ayudas a los prospectos con su criterio de compra. Documentos, E-books, webinars, eventos, reportes de análisis, videos, revisiones, checklists.

INTERÉS



Evalúa específicamente los productos y servicios; está dispuesto a participar con el vendedor.

Muestras cómo es trabajar contigo. Demostraciones, hoja de datos, pruebas, estimaciones, estudios de caso, referencias, comparaciones, datos de implementación.

CONSIDERACIÓN



Se compromete con una solución específica; justifica las razones de su compra.

Valida su decisión; haz el proceso de compra fácil. Comienza la fase de implementación del servicio. Entrenamientos en vivo, webinars gratuitos, guías de usuario, eventos de iniciación.

COMPRA



Espera un buen rendimiento del producto y un increíble servicio al cliente; puede convertirse en un defensor de la marca.

Aprendizaje continuo, comunidades entre clientes, programas de lealtad, retroalimentación, registro de datos de facturación, newsletter, e-mails, llamadas al celular. Hazlos sentir que se preocupan por ellos y que están seguros.

POST-COMPRA



Podría interesarse en expandir el uso de bienes y servicios.

Mantente en contacto. Busca oportunidades para mejorar su categoría (Upgrade), expande el uso de su producto o agrega nuevos productos. Newsletter, e-mails, llamadas.

RE-COMPRA



<https://linkedin.com>



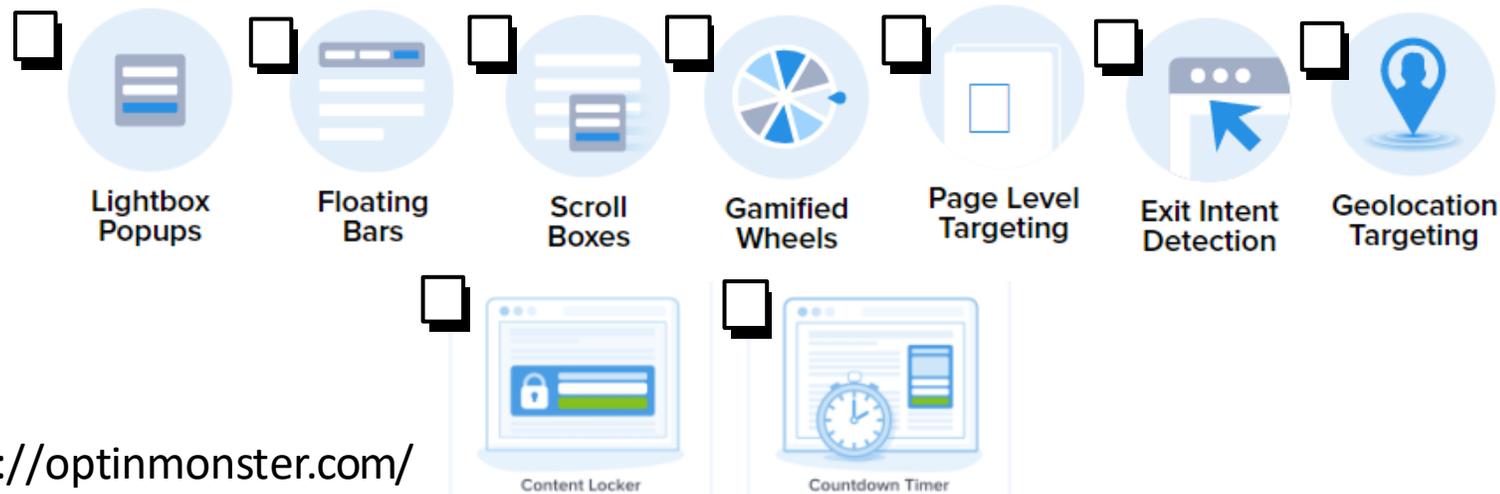
BIIA LAB



Checklist claves para una estrategia de contenido exitosa.



- Conozca sus objetivos
- Seleccione el contenido correcto
- Sea relevante y útil
- Seleccione los canales de distribución más efectivos para llegar a su público objetivo
- Mida sus contenidos y profundice en los mejores
- Optimice con [SEO su web](#)
- Utilice herramientas de mejora de tasa de conversión (CRO)



<https://optinmonster.com/>





 <http://linkedin.com/in/jltmco>

 *Jose Luis Torres Mejia*

 *Jose Luis Torres - www.joselustorresmejia.com - www.JLTM.co
Conferencista del Programa de Formación Exportadora en Turismo de Procolombia*

 *Conferencista del Programa de Formación Exportadora en Turismo de Procolombia
Jose Luis Torres - www.joselustorresmejia.com - www.JLTM.co*



TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia