



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Marketing de Contenido para Destinos

2021



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS





<https://bit.ly/pc-dmc>



Taller:
<https://bit.ly/pc-tdmc>





Lo que veremos

- ¿Qué es el marketing de contenidos?
- ¿Qué es un embudo?
- Pasos para definir una estrategia de Marketing de Contenidos
 - Definir objetivos
 - Definir el público
 - Buscar inspiración
 - Definir formatos
 - Definir los canales
 - Definir responsabilidades
 - Definir un calendario editorial
 - Crear el contenido
 - Difundir el contenido

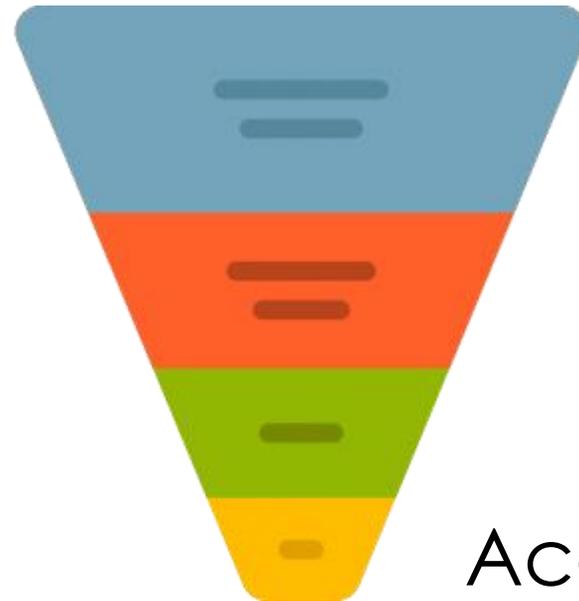


¿Qué es el marketing de contenidos?

Técnica basada en la CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN de contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y llamar la atención de un público definido, con el objetivo de impulsarles a ser futuros clientes.



¿Qué es un embudo?



Atención

Interés

Deseo

Acción





Pasos para definir una estrategia de Marketing de Contenidos

- Definir objetivos
- Definir el público
- Buscar inspiración
- Definir formatos
- Definir los canales
- Definir responsabilidades
- Definir un calendario editorial
- Crear el contenido
- Difundir el contenido



Definir el objetivo

Cada contenido debe tener un objetivo claro, **ALINEADO** con los objetivos del negocio



Definir el público

Es clave entender a quién nos dirigimos:

Plantilla de arquetipo de usuario

<p>Nombre</p>  <p>frase que define el arquetipo</p>	Biografía:	
	<p>Deseos básicos asociados: Aceptación, Curiosidad, Alimento, Familia, Honor, Idealismo, Independencia, Orden, Actividad física, Poder, Amor romántico, Ahorro, Contacto social, Estatus, Tranquilidad, Venganza.</p>	
	<p>Marcas preferidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • 	<p>Lugares que frecuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • •
Emoción que describe tu arquetipo	Intereses:	Canales/Redes/Plataformas/Apps/Webs de mayor uso:
Edad	•	•
Sexo:	•	•
Idioma:	•	•
Ubicación:	•	•
Estado civil:	•	•
Hijos:	frases de búsqueda que usaría en Google	Disparadores (Acontecimientos importantes, comportamientos, motivantes)
Nivel de Formación:	•	•
Campo de estudio:	•	•
Universidad:	•	•
Empresa:	•	•
Sector:	•	•
Cargo:	•	•
Tipo de viajero:	•	•



Buscar inspiración

- [Feedly](#)
- [Buzzsumo](#)
- [Pinterest](#)
- [Answer the public](#)
- [Planificador de palabras clave](#)



Definir formatos

Contenidos para cada etapa del **EMBUDO**



Atención (Artículos, Piezas en redes, Videos, Infografías, Podcast)

Interés (Ebook, Boletín, Webinars)

Deseo (Checklists, Comparativas)

Acción (Casos de estudio, pruebas gratis, demos, llamadas sin costo)



Definir los canales

A través de qué canales será óptimo hacer llegar el contenido DE
ACUERDO CON EL FORMATO Y EL PÚBLICO



Definir responsabilidades

¿QUIÉN se va a encargar y de qué?



Definir un calendario editorial

¡Ponle fecha!





Crear el contenido

Crear, crear, crear





Difundir el contenido

A través de los canales definidos anteriormente



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