

Las claves del marketing de contenidos

@pilarbermudez
Consultora de marketing y comunicación

@ceeielche // @mkt_way

Contenidos de la cápsula

- * Definición de contenido, más allá del texto escrito.
- * El papel del usuario en el marketing de contenidos.
- * Cómo crear una estrategia de marketing de contenidos.
- * Contenidos únicos vs content curation.

Definición de contenido

¿Qué es un contenido?

Un contenido es todo aquello que puede ser consumido por un usuario en un momento y lugar concreto.

¿Qué es un contenido?

Textos

Podcasts

Publicaciones en papel o electrónicas (E-books)

Videos

especiales

Eventos

Video tutoriales

Apps

Imágenes

Newsletters

Experiencias (de compra por ejemplo)

Formación

Concursos

Acciones

Juegos

Webinarios

Marketing de contenidos

El ***marketing de contenidos*** es el arte de entender exactamente qué necesitan saber tus clientes y entregárselo de forma pertinente y convincente.

Fuente: Wikipedia

Marketing de contenidos

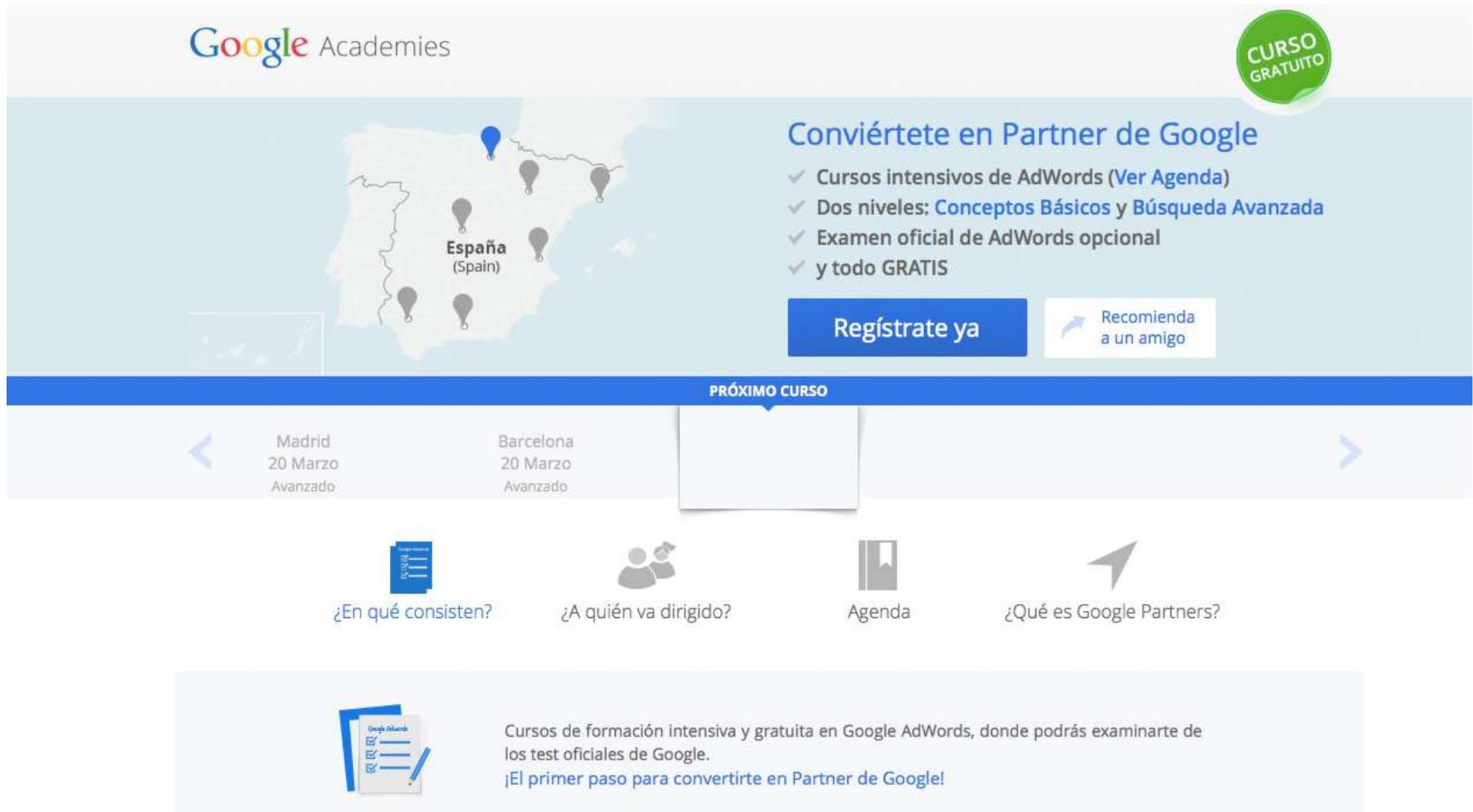
1. crear y distribuir contenido relevante
2. para clientes y potenciales clientes
3. con el objetivo de atraerlos hacia la empresa
4. y conectar con ellos

Marketing de contenidos

No es, por tanto, contenido promocional sino **útil y relevante** para los usuarios y para la empresa, que ha de ser aportado mediante formatos adecuados, en el momento y soporte adecuado.

Marketing de contenidos

Es una forma de hacer llegar nuestro mensaje a los públicos, para que conozcan nuestros productos y servicios, pero también para ofrecerles **valor añadido**.



Google Academies

CURSO GRATUITO

Conviértete en Partner de Google

- ✓ Cursos intensivos de AdWords ([Ver Agenda](#))
- ✓ Dos niveles: **Conceptos Básicos** y **Búsqueda Avanzada**
- ✓ Examen oficial de AdWords opcional
- ✓ y todo GRATIS

[Regístrate ya](#) [Recomienda a un amigo](#)

PRÓXIMO CURSO

Madrid 20 Marzo Avanzado	Barcelona 20 Marzo Avanzado
--------------------------------	-----------------------------------

¿En qué consisten? ¿A quién va dirigido? Agenda ¿Qué es Google Partners?

 Cursos de formación intensiva y gratuita en Google AdWords, donde podrás examinarte de los test oficiales de Google.
¡El primer paso para convertirte en Partner de Google!

Lo que NO es...

No es una forma de hacer publicidad.

Los usuarios buscan **soluciones** a sus problemas o necesidades.

 **Vilma Nuñez**
Ayer

Hoy os comparto en el blog algunas acciones de marcas que te hacen replantear tu estrategia online 😊 A ver si os gustan tanto como a mi 😊

<http://vilmanunez.com/2014/03/24/marca-estrategia-online/>



Acciones de marcas que te hacen replantear tu estrategia online

vilmanunez.com

Lo que NO es...

No quieren que se les trate de vender algo.

Las empresas que trabajan con el marketing de contenidos aplican un ratio de 1 a 5 entre contenido valioso y contenido promocional.

Lo que NO es...

Hablamos de **Soft Sell**, presentar tu oferta sin insistir.
Si al usuario le interesa, la comprará, si no, seguirá su camino.



 **Eduardo Cifuentes M.** @EcifuentesDxTES · 14 de oct. de 2012
Paracaidista austriaco ya esta a 6.600 metros de altura... Debe llegar a los casi 36.000 para su salto. [#saltoestratosfera](#).

Abrir [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

 **Mini Mr.Boombastic** @vir_rc95 · 14 de oct. de 2012
Que cosa mas guai diosss!! Esto supone un antes y un despues!! Q afortunadaa me diento uhh jaja! [#saltoestratosfera](#)

Abrir [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

 **Matias de Maussion** @matiaspoker · 14 de oct. de 2012
Austriaco intenta batir record tras saltar de 36,000 mts de altura [#SaltoEstratosfera](#) [#C5N](#) en vivo

Abrir [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

 **Samu!** @smiguelr22 · 14 de oct. de 2012
Y pensar que podria ver en directo lo que llevo estudiando todo el fin de semana...[#SaltoEstratosfera](#) [#BarreradeSonido](#) [#ConoDeMach](#)

Abrir [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

 **Ernesto Cebrián** @ernestocebrian · 14 de oct. de 2012
Félix Baumgartner está en el aire ya! Este tío salta hoy por fiiin! [#RedBullStratos](#) [#Saltoestratosfera](#)

Abrir [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

 Seguido por friendsandjob
Jose A Navarro @_JANR · 14 de oct. de 2012
Allá va el Zumbao!!! Suerte Felix!!! [#SaltoEstratosfera](#) [#MomentoHistorico](#)
pic.twitter.com/PIUS1314

[Ver foto](#) [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

¿Por qué es importante el marketing de contenidos?

Las nuevas tecnologías y el acceso a la información a través de los dispositivos móviles nos ha hecho consumidores de contenidos.

¿Por qué es importante el marketing de contenidos?

Ya no consumimos productos, sino experiencias.

La publicidad ha perdido eficacia en favor de los contenidos.



test

Descubre si tienes el
Corazón Contento

UNA INICIATIVA DE



AVALADA POR





La mejor leche en cada momento de tu vida

Newsletter



Descubre si tienes el
Corazón Contento

UNA INICIATIVA DE



AVALADA POR



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Las legumbres forman parte de tus platos:



a De dos a tres veces a la semana



b Menos de dos veces a la semana



c Casi nunca

¿ Tomas cada día un puñado de nueces?



¿Por qué es importante el marketing de contenidos?

Los contenidos aportan mayor visibilidad a la marca.

The screenshot shows the homepage of the website 'Muy Interesante'. At the top, there is a navigation bar with the logo 'muy INTERESANTE', a 'SUSCRÍBETE' button, and options for 'TABLET' and 'MÓVIL' with corresponding device icons. On the right side of the navigation bar are social media icons for Twitter, Facebook, Google+, and Pinterest. Below the navigation bar is a large red banner with the 'muy INTERESANTE' logo in white. Underneath the banner are two buttons: 'Info' and 'Registro'. To the right of these buttons is a search bar with a magnifying glass icon. Below the search bar is a horizontal menu with a home icon and the following categories: 'Innovaciones', 'Ciencia', 'Naturaleza', 'Tecno', 'Historia', 'Salud', 'Cultura', 'Revista Muy', and 'Videos'. Below the menu is a breadcrumb trail: 'Inicio | Ciencia | El salto desde la estratosfera de Felix Baumgartner'. The main content area features a large image of Felix Baumgartner's parachute jump. To the right of the image is a black box with white text: 'EL SALTO DESDE LA ESTRATOSFERA DE FELIX BAUMGARTNER'. Below this is a red box with white text: 'El salto de Baumgartner'. Below the image and text is a small advertisement for 'Puenting en Granada' by 'activitisport.com', with a price of '25€' and a right-pointing arrow. On the right side of the page, there is a 'Comunidad' section with a red header. Below the header is the text 'Lo último de Muy Interesante en tu mail.' followed by a text input field containing '¡Apúntate a la comunidad!' and a red 'Enviar' button. Below the input field is a note: 'Al hacer click en Enviar, aceptas expresamente las Condiciones de Uso y la Cláusula de Privacidad'. Below this is a grey button with a lock icon and the text 'Inicia tu sesión', followed by a dropdown arrow. Below the 'Comunidad' section is a red bar with the word 'PUBLICIDAD' in white. Below the red bar is an advertisement for 'Best Climbing Videos' by 'epictv.com'.

¿Por qué es importante el marketing de contenidos?

Las marcas encuentran en el marketing de contenidos una vía para acercarse a sus públicos, tanto como herramienta de captación de potenciales clientes, como de fidelización de clientes actuales.

¿Por qué es importante el marketing de contenidos?

Los contenidos son una de la principales fuentes de atracción de publico hacia una marca y una de las principales vías para atraer tráfico hacia los canales de comunicación de la marca.

Google tutorial uso camara reflex

Web Vídeos Imágenes Shopping Noticias Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 269.000 resultados (0,39 segundos)

Comienza a usar tu Reflex Digital: 10 consejos básicos - De...
www.decamaras.com › Portada › Artículos › Aprender Fotografía
Y te encuentras con miedo a no saber sacar lo máximo de la cámara, ... con estos 10 consejos básicos para quitarle el miedo a tu **cámara réflex**. Gracias por este **tutorial**, yo fui de los que tocaba todos los parámetros de la cámara, los he ...

Iniciación básica en el uso de cámaras réflex | Blog del Fotó...
www.blogdelfotografo.com › Tutoriales
de Mario Pérez - en 4.387 círculos de Google+
28/9/2010 - Iniciación básica en el **uso de cámaras réflex** ... Publicado en **Tutoriales ... cámara réflex** a la que están dando un **uso** totalmente automático, ...

Primeros pasos con tu cámara réflex. | Tecnología de tú a tú...
www.tecnologiadetuatue.corteingles.es › ... › Fotografía y Videocámaras
9/4/2013 - Pasar de una compacta a una **cámara réflex** es siempre una gran ... mayor calidad al hacer éstas **uso** de un sensor de mayor tamaño y más.

¿Primeros pasos con tu réflex digital? Aquí tienes 10 consejo...
www.xatakafoto.com/.../primeros-pasos-con-tu-reflex-digital-aqui-tienes...
23/2/2009 - El **uso** del flash no está proscrito, ni mucho menos. Con tu nueva **cámara réflex** (la que sea), un objetivo (el que sea), una batería y una ...

Curso de Fotografía - Aprende a usar una camara reflex!! 20...
www.youtube.com/watch?v=fP-6nSuiWcQ
17/10/2013 - Subido por gonzalo gomez
Curso de Fotografía - Aprende a usar una **camara reflex!**
Tutorial ISO réflex: Control automático de ISO en

¿Qué puede aportarnos a nuestra marca?

Visibilidad

Reputación (posicionarnos como expertos en un tema)

Engagement

Recuerdo

Acción: suscripciones, compra...

¿Qué puede aportarnos a nuestra marca?

Engagement:

Conexión con los públicos: conexión mental, sentimiento hacia la marca, prescripción...

Se da cuando el contenido que usamos para generarla tiene un valor REAL para nuestro usuario.



Suscríbete ahora a la newsletter y recibe de regalo el e-book "WordPress en 101 preguntas" [Quiero suscribirme ahora](#)

 [Acerca de Blogpocket](#) [Blog](#) [Suscripciones](#) [Contacto](#)

Suscríbete a la newsletter y recibe información para mejorar tu blog

El papel del usuario en el marketing de contenidos

 Seguido por Javier Guadiana y otros 25



Leize producciones @LeizeP · 7 h

Ahora tenemos hasta [#teasers](#) de anuncios. ¿Os morís de ganas de ver el anuncio de [#M&M](#) en la [#SuperBowl](#)? ow.ly/uOCaD

 Ver contenido multimedia

 Responder  Retwittear  Favorito  Más



A **Juan Criollo** le gusta un artículo en Freshland Magazine.



Aloud Music Festival 2014 - Freshland

Freshland Magazine

Con la llegada de la primavera cae la segunda edición del Aloud Music Festival que lucha por hacerse un espacio en el calendario de todos los amantes de la

Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 5 horas ·



Escribe un comentario...



HobbyiPad

LOS MEJORES JUEGOS PARA IOS

 ¡Abrimos todo el día!

- Portada
- Juegos iPad
- Top 20
- Revisiones
- Noticias
- Buscar →



Noticias

El juego/homenaje a NES

Si eres de los que dedicaron gran parte de su infancia a aporrear el mando de una Nintendo -o de una copia más barata llamada

-  821 Fans
-  259 Seguidores
-  RSS Suscríbete



HobbyiPad
LOS MEJORES JUEGOS PARA IOS



Hobby iPad - Los mejores juegos para iOS
google.com/+HobbyipadJuegos
Juegos para iPad. La web con los mejores

Revisiones 

Noticias 

Cómo crear una estrategia de marketing de contenidos

Establecer unos objetivos para nuestro marketing de contenidos y analizar cómo responden estos a los objetivos generales de la marca.

Objetivos marca vs Objetivos mkt de contenidos

Conocer al usuario

Saber quién es.

Saber qué gustos tiene, qué intereses, qué tipo de contenido consume.

Conocer en qué plataformas se mueve.

Saber qué espera el usuario de esos contenidos.

ESCUCHA SOCIAL

Conocer al usuario

Qué necesita

ESCUCHA INTERNA

(departamento de ventas, consultas a la web, consultas telefónicas, departamento de atención al cliente...)

Planificar las acciones



Planificar las acciones

Crear un planing de contenidos que alinee los objetivos de la marca con los del usuario.

¿Qué tipo de contenidos quiero generar? **Formatos**

¿Qué necesito para generar esos contenidos? **Recursos**
(técnicos y humanos)

¿Qué plazo de tiempo necesito para eso? **Timing**

Elaborar y lanzar los contenidos

¿Qué **plataformas** voy a utilizar para lanzar cada uno de mis contenidos?

¿En qué **momento** debo lanzarlos para obtener el mayor impacto?

Elaborar y lanzar los contenidos

¿Qué **plataformas** voy a utilizar para lanzar cada uno de mis contenidos?

¿En qué **momento** debo lanzarlos para obtener el mayor impacto?

Seguir y analizar el impacto de nuestras acciones

ROI: Return of investment

Medir el resultado

KPI (Key Performance Indicators)

Los KPIs deben ayudar a definir y medir el progreso hacia los objetivos de la empresa.

Medir el resultado

Cómo trabajar con los KPI:

- 1. Identificar y seleccionar los indicadores a medir en cada plataforma.*
- 2. Definir un plan de medición, incluyendo con qué frecuencia se deben hacer las mediciones y qué métodos de medición y análisis vamos a usar.*

Medir el resultado

Tipos de KPI para Marketing de contenidos:

- *Vistas del contenido*
- *Interacciones*
- *Alcance y repercusión*

Para monitorizar el contenido podemos usar herramientas como Socialmention

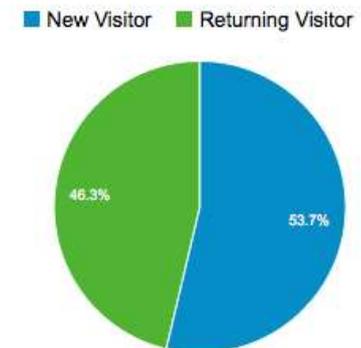
Medir el resultado

Tipos de KPI para web / blog:

- *Visitas a la web (visitantes únicos y páginas vistas)*
- *Fuente del tráfico*
- *Tiempo de estancia en la web*
- *Porcentaje de rebote*
- *Interacciones dentro de la web*
- *Secciones o productos más visitados*
- *Conversión*

Medir el resultado

Tipos de KPI para web / blog:



Medir el resultado

Tipos de KPI para Redes Sociales:

- *Número de seguidores*
- *Interacciones: Likes, Comentarios, Shares, Retweets, Menciones, DM...*
- *Impresiones*

Cada red social tiene sus propios KPI's y cada una ofrece sus propio sistema de medición.

Medir el resultado

Tipos de KPI para E-mail marketing:

- *Número de suscriptores de la base de datos*
- *Porcentaje de mails recibidos Vs porcentaje de rebote*
- *Porcentaje de mails abiertos*
- *Porcentaje de interacciones / clics*
- *Porcentaje de baja*

Analizar y replantear

Contenido propio vs Contenido de terceros

Content Curation

¿Qué es el Content Curation?

*Es una técnica que permite la integración de **contenidos de terceros**, usando recursos técnicos y humanos. Incluye la agregación y la curación (clasificación, presentación y enriquecimiento) de dichos contenidos, provenientes desde múltiples fuentes, creando una única experiencia editorial (repositorio) para lectores-visitantes.*

Fuente: Wikipedia

¿Qué es el Content Curation?

En definitiva, se trata de, conociendo las necesidades e intereses de nuestros usuarios, buscar y seleccionar aquellos contenidos que les puedan interesar y ofrecérselos bajo el punto de vista de nuestra marca.



Freelance at a glance! No es una moda pasajera... #RRHH #HR #freelance Curated
by [Monday happy Monday](#)



Recomendar (1) • Comentar • Compartir • hace 5 días

 Daniel Diez Zapardiel

Añadir un comentario...

La figura del Content Curator

*Enrique Dans define al **Content Curator** en su blog como quién: “... consume contenido, lo filtra, lo recopila, lo comparte, y aprende a partir de las respuestas al mismo”*

Qué nos puede aportar el content curation

- *Contenido valioso para nuestros públicos.*
- *Un recurso efectivo para generar contenido con menor coste.*
- *Posicionamiento.*

El papel del marketing de contenidos en el Inbound Marketing

Marketing de contenidos y el Inbound Marketing

*Inbound Marketing: consiste en una serie de **técnicas de marketing** dirigidas a incrementar el número de visitantes que registra una determinada página web, un blog o un perfil en redes sociales, con el fin de que acaben convirtiéndose en leads (es decir, registros o cupones con los datos de aquellas personas que se han interesado por los contenidos online de la empresa).*

Marketing de contenidos y el Inbound Marketing

*A partir de aquí, los responsables de marketing irán trabajando con esta información, con el objetivo de preparar a los usuarios para que conozcan bien la compañía y acaben convirtiéndose en **clientes**.*

Marketing de contenidos y el Inbound Marketing

Se trata de un nuevo concepto de marketing que adopta una actitud de acompañamiento del proceso de compra.

En lugar de decir “COMPRA! esto, es lo que necesitas”, analiza el punto del proceso en el que se encuentra cada usuario.

El proceso de compra

Los procesos de compra pueden durar desde unos días o un mes a varios años y en ellos el usuario pasa por diferentes fases que es hay que identificar y acompañar.

El proceso de compra

No necesidad

Necesidad latente

Awareness

Investigación

El proceso de compra

Intención de compra

Decisión de compra

Acto de compra

El después de la compra



Entonces tenemos que actuar y reaccionar a esas conversaciones 365 días al año.

Muchas gracias

Para cualquier duda o consulta:

pilar@mkt-way.com

@mkt_way

@pilarbermudez