

# MARKETING DE CONTENIDOS COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Juan Manuel Huamancayo Pierrend  
[jmhuamancayo@tagtica.com](mailto:jmhuamancayo@tagtica.com)

13 de Agosto de 2014  
Lima, Perú

# Incluye dentro de tu plan estratégico un plan de acción de Marketing de Contenidos



# AGENDA

- ZMOT
- ¿QUÉ ES MARKETING DE CONTENIDOS?
- CONTENIDO DE VALOR
- IMPORTANCIA
- EXPERIENCIA DEL USUARIO
- PLAN DE ACCIÓN
- CASOS DE ÉXITO

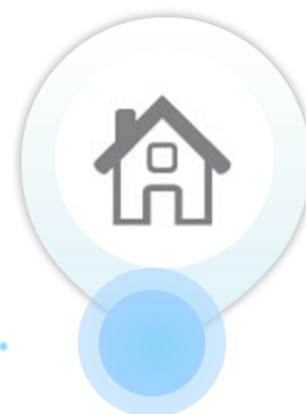
# ZMOT



Estímulo

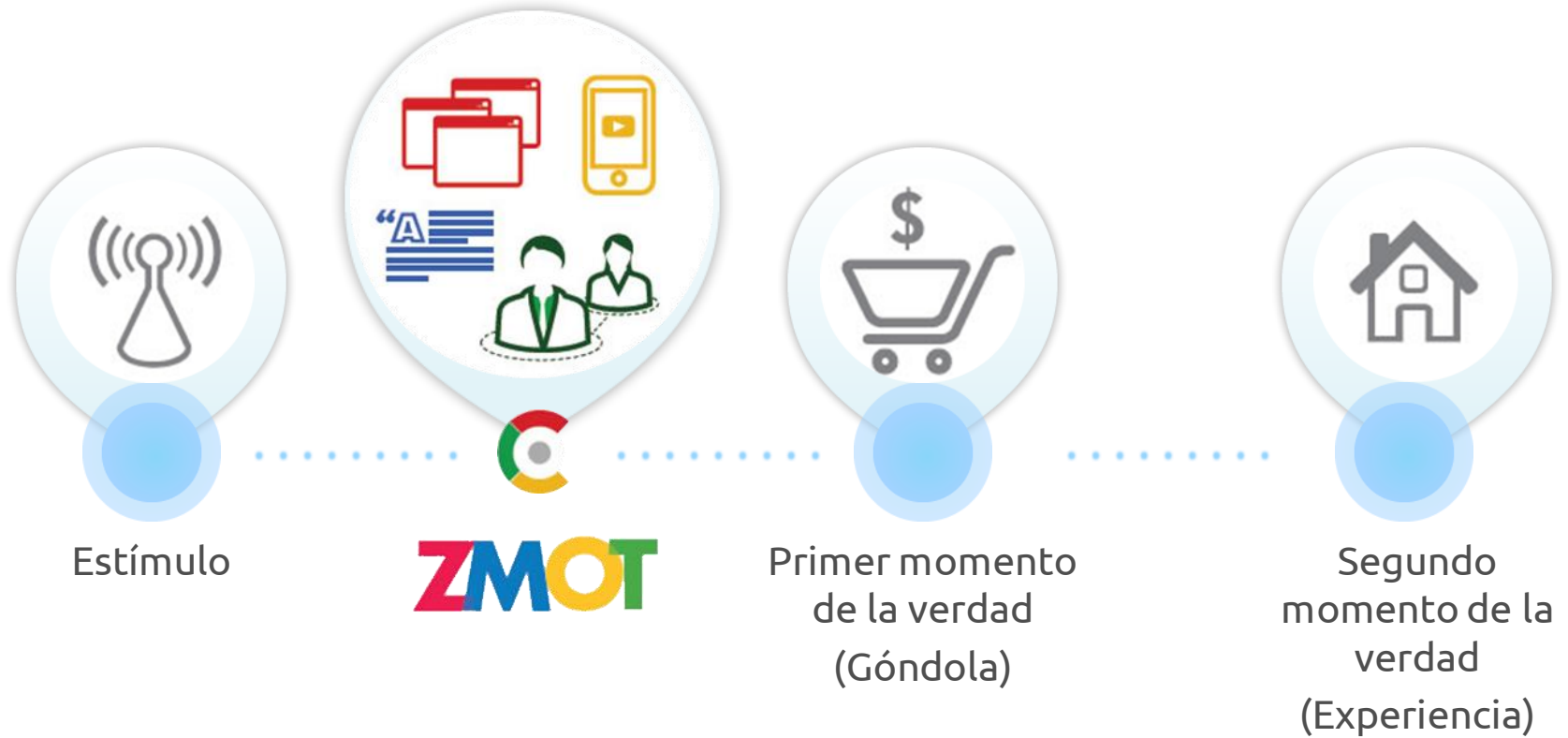


Primer momento  
de la verdad  
(Góndola)



Segundo  
momento de la  
verdad  
(Experiencia)

# ZMOT





#TAGTICAenPROMPERU

@jmhuamancayo

  
tagtica**web**



#TAGTICAenPROMPERU

@jmhuamancayo



# MARKETING DE CONTENIDOS



1ª. Generación: contenido personal de uno a uno

2ª. Generación: enfocado a masas

3ª. Generación: Prosumer

¿4ª. GENERACIÓN?





# MARKETING DE CONTENIDOS

# CONTENT



Ser original (Curación de cont.)

No hables mucho de ti

Crea contenido distinto y relevante

Fomenta viralidad

# MARKETING DE CONTENIDOS



NO ABURRAS

Entrega contenido de valor (Averígualo)

Define objetivos

Usa tu propia plataforma

Comparte el contenido

# MARKETING DE CONTENIDOS



Conversa

Humaniza tu marca

Mide

# IMPORTANCIA



SEO

Conversaciones sociales

Acciones sociales

Experiencia social del consumidor (prosumer)

# BLOG

Herramienta Online más usada

Generación continua y fácil de contenido

Interacción con el usuario

Atención pre y post venta

SEO

Conocer al usuario

# BLOG: claves de éxito

Definir objetivo

Conocer a mis usuarios

Establecer una estrategia de contenidos

Diseño y usabilidad

Redacción de contenidos

SEO

Viralización y captura de seguidores

# Experiencia de usuario

A young child with light hair, wearing a teal polo shirt, is lying on their stomach on a light-colored floor, looking intently at a tablet. An adult with long brown hair and glasses, wearing a blue t-shirt, is sitting on the floor next to the child, also looking at the tablet. A laptop is open on the floor between them. The background is a textured, light brown wall.

## DISEÑO Y USABILIDAD

Interfaz elegante

Intuitiva, sencilla y adictiva

Empezar rápido

Integral

Te tiene que cambiar (memorable)

## CONVERSIÓN



# Plan de Acción



Fuente: vilmanunez.com

# Plan de Acción

Fijar bien los objetivos

Conocer el target

Tienes que saber que contenidos tienes

Impregna tu personalidad en cada cosa

Enfócate en el usuario nunca en ti

Llamadas a la acción

No te conformes nunca, innova y diviért

Mide todo lo que hagas



# Contenido adictivo

¿Qué título le pongo?

CONTENIDOS ADICTIVOS

Listas, tips, consejos

Cómo

Entrevistas con expertos

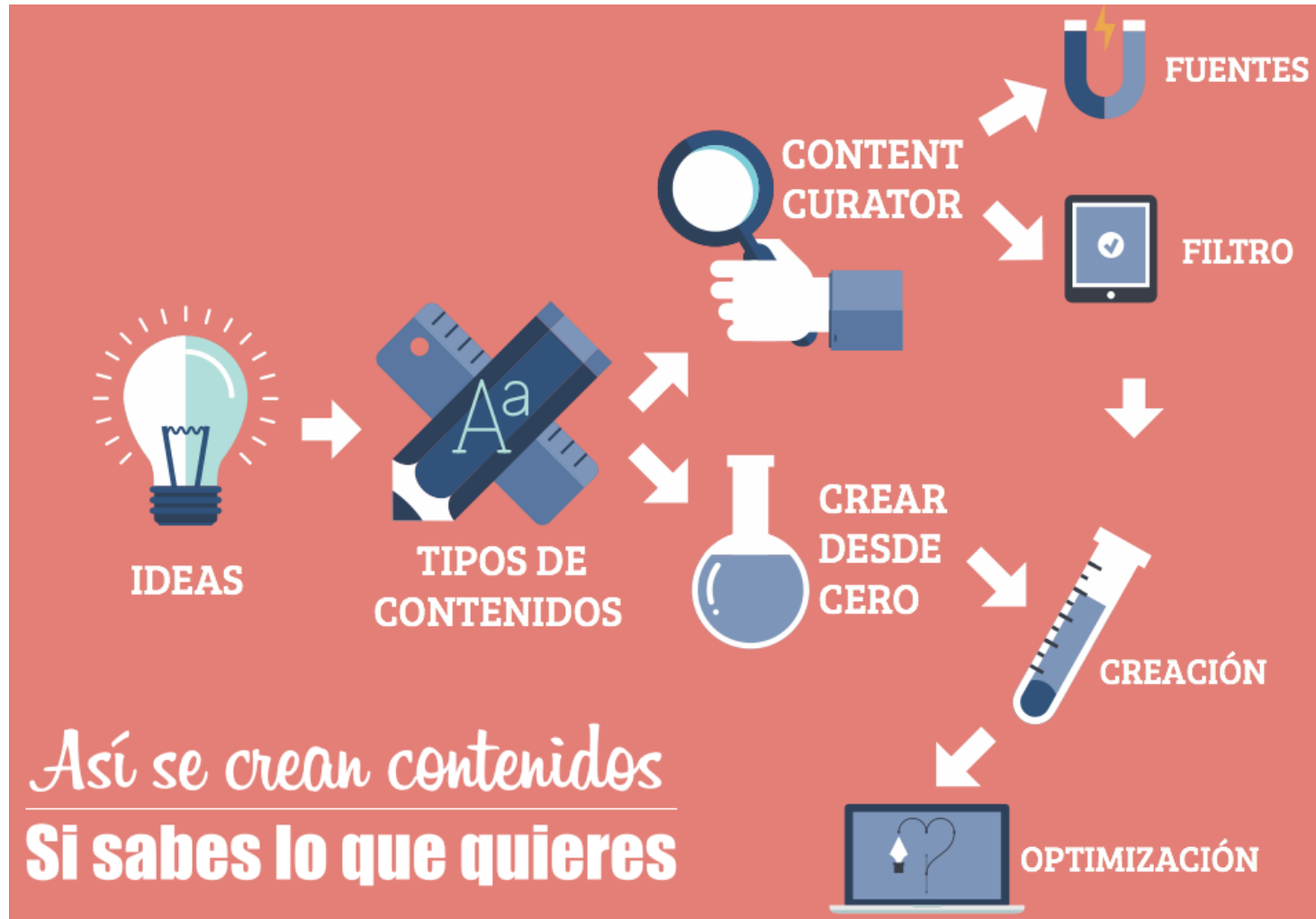
Casos de éxito

Noticias novedosas

Infografías



# Plan de Acción



Fuente: vilmanunez.com

# Comunicación en RR.SS.

Metas y objetivos

Competencia

Nombre en Internet

El equipo

Calendario

Alianzas

Analítica

**COMMUNITY MANAGER**

# Comunicación en RR.SS.

## FACEBOOK

Pregunta: motiva el interés

Publica encuestas, juegos y curiosidades

Cupones y descuentos exclusivos

Fotografías y vídeos

Redirecciona a tu Website

# Comunicación en RR.SS.

**TWITTER**

Nuevos clientes

Atención al cliente

Fideliza

Marketing de influencia

Interactúa y entrega valor

Escucha

# Comunicación en RR.SS.

## YOUTUBE

Personaliza tu canal

Vídeos útiles (manuales)

Convence en los primeros 15s

Redirecciona el tráfico

Promociona tu canal



# Infografías



# Infografías



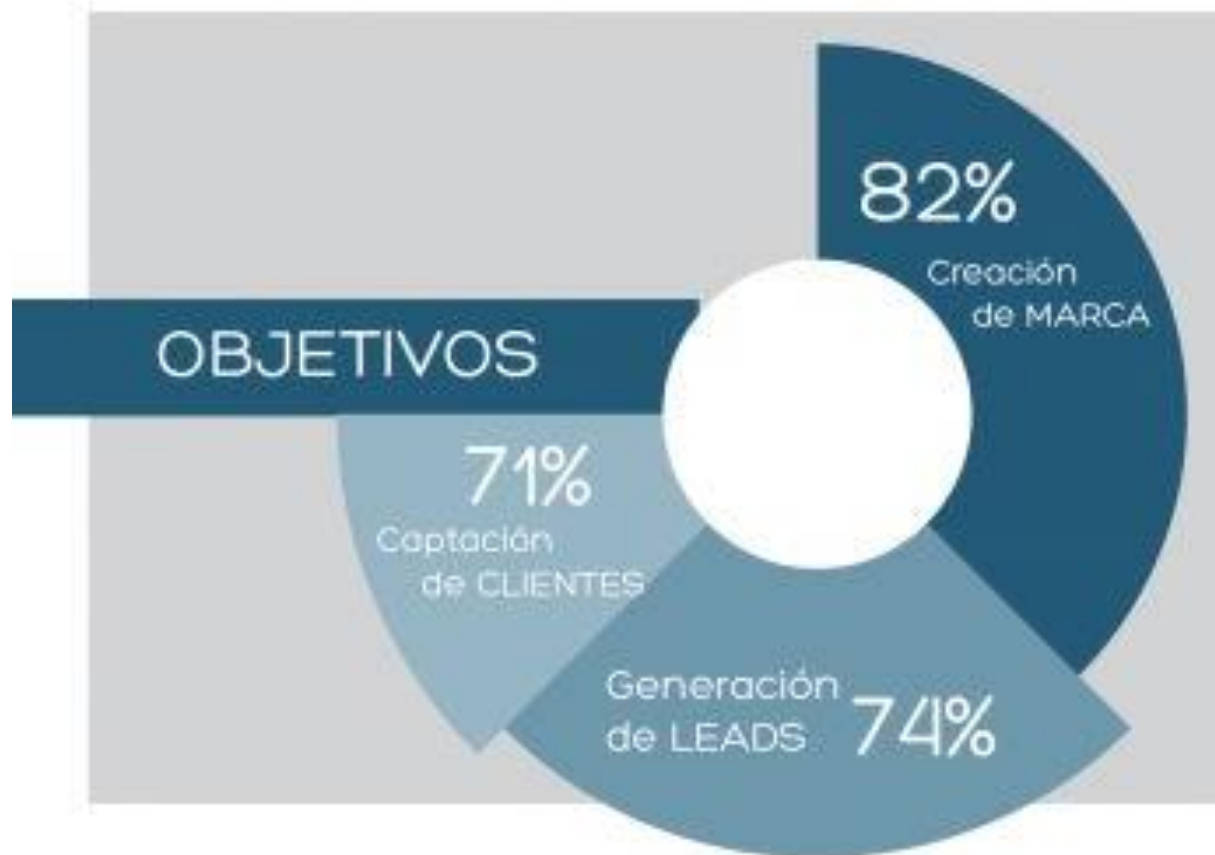
# Infografías



# Infografías



# Infografías



# Email Marketing

Prospección

Incentivar la suscripción

Conversión

Envío



# Email Marketing

Ofertas limitadas

Ofertas de último momento

Boletines digitales

Información sobre un producto o nuevo lanzamiento

Boletines para los colaboradores de la empresa

Invitaciones a eventos

Servicios Post-Venta

Felicitaciones Personales



# Analítica Web

Adquisición

Comportamiento

Conversión





# Casos de éxito



# Recomendaciones finales



Crea contenido que ayude a la gente

Has que tus contenidos traten sobre tus clientes

Dale a tu equipo la libertad de participar

Sé creativo

Consume tus contenidos

Comprométete

#TAGTICAenPROMPERU

@jmhuamancayo

  
tagticaweb

# Genera confianza

## Entrega valor

**¡GRACIAS!**

Juan Manuel Huamancayo Pierrend

[jmhuamancayo@tagtica.com](mailto:jmhuamancayo@tagtica.com)

@jmhuamancayo

[www.tagticaweb.com](http://www.tagticaweb.com)



/TagticaWeb



/tagticaweb

#TAGTICAenPROMPERU

@jmhuamancayo

  
tagticaweb

The logo for TagticaWeb, featuring a stylized black 'S' or 'W' shape above the text 'tagticaweb' in a bold, sans-serif font. The 'web' part of the text is in a lighter green color.