



MARKETING DE CONTENIDOS PARA EMPRESARIOS

*Ariadna Soto Bravo
ariadnasotob@gmail.com*

*Seminario Miércoles del Exportador PromPeru
28 de Junio de 2017
Lima - Perú*



i IMPERIO

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA



1. CONTENIDO

Modulo 1: Marketing De Contenidos

- ¿Qué es el marketing de contenidos?
- ¿Qué es una estrategia de contenidos?
- ¿Qué no es Marketing de Contenidos?
- Funnel de Marketing de Contenidos
- Estrategias de Marketing de Contenidos
- Como Hacer Contenidos
- Como Promocionar Contenidos por Internet



1.1 ¿Que es Marketing De Contenidos?

Nos referimos a marketing de contenido cuando la estrategia empleada por las marcas se basa en generar ciertos tipos de contenidos útiles e interesantes que generan una reacción positiva en sus usuarios.

“El Marketing de contenidos consiste en crear y distribuir contenidos relevantes que atraigan y conviertan a un determinado público”

Joe Pulizzi

(Content Marketing Institute)



iMPERIO

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA



1.2 ¿Qué es una estrategia de contenidos?

Un plan donde tengamos: objetivos, los diferentes tipos de contenidos para los diferentes tipos de consumidores y donde mapeamos sus necesidades, los canales que prefieren y los contenidos que les vamos a dar.

Joe Pulizzi (Content Marketing Institute)

Definimos estrategia de contenidos a dar el contenido adecuado al usuario adecuado en el momento adecuado

Kevin P. Nichols (SapientNitro)



i IMPERIO

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA

1.3 ¿Qué No Es Marketing de Contenidos?

- ✓ Hacer un blog sin más
- ✓ Publicar contenidos sin objetivos
- ✓ No aportar valor a nuestros usuarios
- ✓ La publicidad online
- ✓ No tener una estrategia de contenidos definida





1.4 Funnel de Marketing de Contenidos





1.5 Estrategia de Marketing de Contenidos

- Fijar bien los objetivos (S.M.A.R.T)
- Conocer el target (donde está tú público, qué edad tiene, qué le interesa, etc...)
- Tienes que saber que contenidos tienes y cuales necesitas
- Impregna tu personalidad en cada cosa que hagas
- Enfócate en el usuario nunca en ti
- Llamadas a la acción para dirigir al público hacia lo que quieres conseguir
- No te conformes nunca, innova y diviértete
- Mide todo lo que hagas, tienes que saber que funciona y que no



i IMPERIO

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA

1.6 ¿Cómo Hacer Contenidos ?

Paso 1: ¿Qué Se Hará?





1.6 ¿ Cómo Hacer Contenidos ?

Paso 2: Enfocar Contenidos Al Público

- Saber que el contenido va enfocado a tu público no a tu marca, esto lo consigues de la siguiente forma:
- Vendiendo experiencias
- Siendo la respuesta esperada
- Creando contenidos que todos quieren compartir
- Ofreciendo el mejor beneficio: compromiso



i M P E R I O

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA

1.6 ¿ Cómo Hacer Contenidos ?

Paso 3: Creación- Cuando Tienes Ideas





1.6 ¿ Cómo Hacer Contenidos ?

Paso 3: Creación-Cuando No Tienes Ideas





3.1 Como Promocionar Contenidos Por Internet

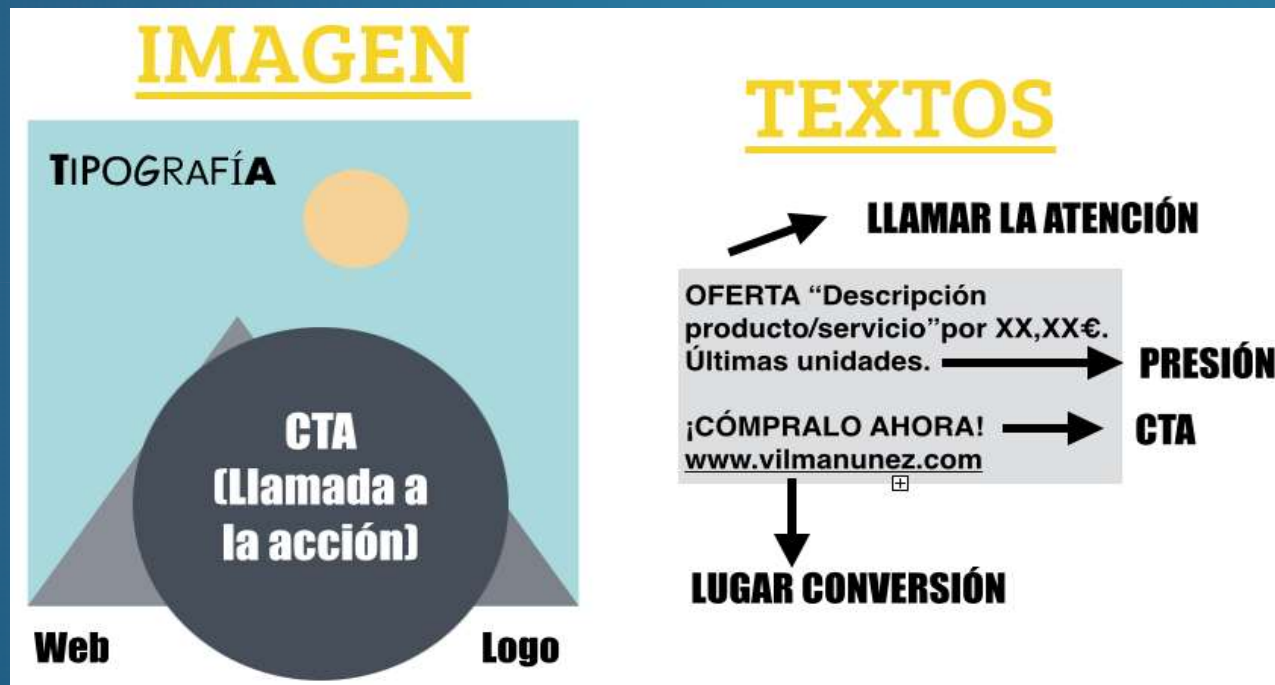
Promoción orgánica de contenidos

De forma aproximada actualmente el alcance de contenidos de forma orgánica es el siguiente:

- Un contenido normal alcanza entre el 10% y el 30% del público
- Un contenido muy bueno puede alcanzar entre el 30% y el 60% del público

Para conseguir una promoción orgánica buena tenemos que optimizar correctamente nuestros contenidos.

OPTIMIZACIÓN DE CONTENIDOS EN RRSS



i IMPERIO

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA

3.1 Como Promocionar Contenidos Por Internet

Promoción de contenidos impulsada

Para conseguir aún mejores resultados siempre es recomendable que impulsemos nuestros contenidos, para esto os recomiendo estas técnicas:

- Difundir el contenido en redes sociales de forma repetitiva para no dejar que se mueran.
- Utilizar una estrategia de newsletter
- Hacer uso de agregadores para impulsar aún más el contenido
- Implementar campañas publicitarias
- Publicar banners (promoción interna)
- Crear landing pages y pestañas en FB que nos ayuden a promocionar los contenidos
- Hacer uso de embajadores (influyentes)



i M P E R I O

HACEMOS LO QUE NOS GUSTA

ESTAS LISTO!!!

APLICAR





GRACIAS

ARIADNA SOTO

Co-fundador de Imperio Core, agencia digital a cargo de desarrollar plataformas tecnológicas y estrategias de marketing digital para empresas peruanas en USA: Wortix , Peru Food Lovers, Novica, Kolibri Art entre otros.

Ha realizado capacitaciones internas a empresas como Pasarella, La red de Mujeres Empresarias, Novica, en Facebook Ads e Inbound Marketing.

Co-Fundador de Ranqhana, Startup para ayudar a los artesanos a vender online mediante una plataforma Ecommerce y Marketing Digital.



iMPERIO
HACEMOS LO QUE NOS GUSTA