

Exporta**Digital**_

APOYO AL ECOMMERCE
EXPORTADOR

22.

Qué es el marketing de contenidos y cómo se usa

Qué es el marketing de contenidos y cómo se usa



INDICE DE TEMAS

- I. Contexto**
- II. Introducción al marketing de contenidos**
 - ¿Qué es el marketing de contenidos?
 - ¿Qué tipos de marketing de contenidos existen?
 - ¿Cuál es el objetivo del marketing de contenidos?
 - Ventajas del marketing de contenidos
- III. ¿Cómo se emplea el marketing de contenidos?**
 - ¿Cómo crear contenido de valor?
 - 4 consejos para aplicar el marketing de contenidos
- IV. Los mejores ejemplos de marketing de contenidos**
 - 1. Bebe2GO: mercadotecnia de contenidos sencilla y directa
 - 2. Pet n' Go: generación de contenidos de calidad
 - 3. Botanicus: ejemplo de estrategia global de contenidos
- V. Pon en práctica tu propia estrategia global de marketing de contenidos**

I. Contexto

Al tomar la decisión de vender productos o servicios usando el canal online, te adentras a un mundo que funciona de manera diferente al canal offline tradicional. Sin embargo, el desafío principal sigue siendo el mismo en ambos casos: vender. Como dice el refrán, ***“vendo, luego existo”***.

Por otra parte, una vez que estás presente en el mercado digital, debes informar a tus clientes potenciales que estás ahí. Pero: ¿cómo lo haces? ¿qué acciones debes hacer para que te encuentren y seas opción de compra?

Adicionalmente, es importante tener presente cómo se comporta un consumidor cualquiera que usa el entorno digital para sus múltiples necesidades. En primer lugar, es mayoritariamente un público joven y muy digitalizado. En segundo término, esas personas están conectadas, desde cualquier dispositivo, con el mundo digital. Dedicar muchas horas a eso. Pero no solamente para comunicarse, informarse, hacer transacciones de pagos, comprar, sino que también para entretenerse. Y es en este ámbito donde cobra especial relevancia el tema de los contenidos.

Cuando hablamos de contenidos, nos referimos a información que pones a disposición de tus potenciales clientes para generar un vínculo emocional con tu marca y propuesta de valor. Es justamente ese proceso al que denominamos ***marketing de contenidos***.

II. Introducción al marketing de contenidos

Existen innumerables estrategias de marketing para ayudar a correr la voz sobre tu negocio. Por ejemplo, puedes probar haciendo marketing en redes sociales o marketing por correo electrónico. No obstante, en este artículo hablaremos sobre ***qué es el marketing de contenidos*** y cuáles son sus

características y objetivos, cómo se emplea y **cómo crear contenido de valor**, para lo cual te mostraremos algunos casos reales.

- **¿Qué es el marketing de contenidos?**

El marketing de contenidos consiste en **crear y distribuir información** gratuita y valiosa relacionada con tu negocio y sector al que pertenece.

Las **principales características del marketing de contenidos** son:

- **El contenido debe ser útil para tus usuarios**
Por ello, debe relacionarse con los intereses de la audiencia a la que deseas atraer. Ej: Una web de accesorios de viaje puede ofrecer consejos para optimizar el presupuesto de viaje.
- **Tiene que poder difundirse**, a poder ser en diferentes medios y formatos. Por ejemplo, puedes tener generar contenido en tu web, pero promocionarlo a través de las redes sociales.
- **Debe dar pie a ser compartido.** Un buen marketing de contenido debería conseguir que los usuarios quieran compartir y difundir el contenido o al menos hablar de tu marca positivamente.
- **Debería reportarte algún beneficio** (suscriptores, seguidores, compradores recurrentes, nuevas ventas, pedidos de mayor valor, etc.)



- **¿Qué tipos de marketing de contenidos existen?**

La generación de contenido más común es en formato texto, como blogs o libros electrónicos. Sin embargo, cada vez es más popular utilizar estrategias de contenidos en forma de vídeos, infografías o contenido de audio, como podcasts.

La aparición de Internet ha hecho evolucionar de una manera brutal al marketing digital y la comunicación, facilitando la generación de contenido, pero aumentando la competitividad.

Por ello, para poner en práctica una estrategia de contenidos en una empresa es muy importante ofrecer contenido realmente de valor: **debe informar, instruir, entretener, hacer soñar y/o generar una emoción en el lector.**

- **¿Cuál es el objetivo del marketing de contenidos?**

El objetivo de hacer marketing de contenidos o mercadotecnia de contenidos es compartir este contenido para aumentar el tráfico web y, en última instancia, ventas para tu empresa.

Sin embargo, la única forma en la que el marketing de contenidos funcionará es si proporcionas información valiosa a tus clientes. Una generación de contenido pobre y sin utilizar no generará el suficiente interés para fidelizar a tus clientes, hacer que se suscriban a tu newsletter o incluso realicen una nueva compra.

- **Ventajas del marketing de contenidos**

La mayoría de las empresas comienzan con un **blog** para tener su propia plataforma de contenido. Hay muchas ventajas de generar contenido de tu propia página web, tales como:

- **Ayuda al posicionamiento SEO de tu página**

Tener contenido relevante en tu sitio web te ayudará a clasificar o ranear de manera natural para una amplia gama de palabras clave relevantes. Además, mientras más páginas indexadas tenga tu sitio web en **Google**, mejor. Cada publicación de blog es una página más que podría aparecer en la búsqueda de un cliente. A **Google** le gusta el contenido que se actualiza regularmente (publicar algo una vez a la semana es suficiente). **Google** recompensa a los sitios web que se actualizan periódicamente porque significa que el sitio web está activo. Y lo mismo ocurre con los clientes: las personas disfrutan regresar a páginas web que publican cosas nuevas regularmente.

Por lo tanto, crear un blog como parte de tu estrategia de marketing de contenidos es una excelente idea.

- **Tendrás nuevo contenido para compartir en redes sociales**

Como parte de tu plan de marketing en redes sociales, puedes compartir enlaces a las publicaciones de tu blog. Usa tu contenido para mantener vivas tus redes sociales y para generar más tráfico a tu sitio web de forma gratuita. Esta es la gran ventaja de confiar en el marketing de contenidos. Y mientras más contenido crees, más tendrás para compartir. Y no tengas miedo de compartir publicaciones antiguas.

Todavía son buenas, incluso si tienen algunas semanas o incluso meses. Además, tus clientes pueden compartir tu contenido con sus seguidores, lo cual te ayudará a ganar más visibilidad y visitas a tu tienda online.



¿Cómo se emplea el marketing de contenidos?

Hay muchas formas de poner en práctica tu marketing de contenidos o content marketing. La forma más popular de aplicar el marketing de contenidos es [crear un blog](#) y promocionar la generación de contenido a través de las redes sociales.

¿Cómo crear contenido de valor?

Un blog es la manera perfecta de crear contenido de valor para tu usuario. Por eso, lo hace tan valioso dentro de tu plan de marketing de contenidos.

Para crear contenido de valor como parte de tu marketing de contenidos solamente tienes que:

- **Descubrir los intereses de tu audiencia.** Por ejemplo, si vendes ropa deportiva, es bastante probable que a tu audiencia le guste hacer deporte. Si vendes pinceles, tus usuarios estarán interesados en el arte. Piensa en [qué productos vendes](#) y qué contenido de valor relacionado podría interesarles.
- **Solucionar alguno de sus problemas.** Por ejemplo, si vendes vino, puedes ofrecer contenido gratuito sobre las mejores recetas para combinar tu vino. Seguro que ayudará a tus usuarios a tomar una decisión más rápida. Si vendes ropa para niños, propón ideas sobre actividades para hacer en familia.
- **Facilita la lectura del contenido.** [La usabilidad web y experiencia de usuario](#) es una de las cuestiones técnicas más importantes a las que prestar atención dentro de la generación de contenido. De nada sirve una buena mercadotecnia de contenidos, si tus usuarios abandonan la web antes de poder leer tu artículo. Un pop up que aparece demasiado pronto e interrumpe la lectura, una web no optimizada para móvil, una tipografía poco profesional, etc. Evita estos errores de principiante.
- **Promociona el contenido generado.** El marketing de contenidos no es nada sin una buena difusión. No confíes en que las personas visitarán tu blog a menudo. ¡Promocionalo!

Un blog como parte central de tu estrategia de marketing de contenido

Ahora que ya sabes lo importante que es crear contenido de valor mediante un blog, repasemos algunas consideraciones esenciales de este tipo de content marketing.

Tu blog debe servir como un grupo de apoyo para personas con ideas afines. Puede que no interactúes directamente con ellos, pero seguirán volviendo para obtener contenido de calidad. Algunas empresas publican cosas inútiles en sus blogs, como anuncios de productos y lanzamientos de ventas. No obstante, este no es el mejor ejemplo de marketing de contenidos.

Por ejemplo, mira esta publicación de blog sin ir más lejos. En ella, no estamos tratando de venderte Oberlo. Estamos tratando de proporcionarte información útil, explicándote las características básicas de lo que es el marketing de contenidos y cómo emplearlo en tu [negocio de ecommerce](#).



The screenshot shows the Oberlo website interface. At the top, there is a navigation bar with the Oberlo logo, links for 'Cómo funciona', 'Precios', 'Blog', 'Compra una tienda', 'Recursos', 'Iniciar Sesión', and a 'COMENZAR' button. Below the navigation bar, there is a search bar and a menu with categories: 'Más Recientes', 'Dropshipping', 'Productos para vender', 'Configuración de tienda', and 'Marketing para tu tienda'. The main content area features a blog post titled 'Las 11 mejores herramientas de SEO gratis y de pago para tu web' with a sub-header 'Marketing para tu tienda • 10 minutos de lectura'. To the right of the blog post is a promotional banner for a book titled '50 Maneras de Vender con Dropshipping' by Nicole Martin-Ferris, with a 'Descarga el libro' button.

Sabemos que si encuentras útil este contenido, volverás a nuestro blog. Puede que en el camino te inscribas a Oberlo. Puede que no. No importa. La generación de contenido de calidad y útil simplemente hará que las posibilidades de que lo hagas se incrementen.

Sea cual sea el resultado, lo que realmente importa dentro de la mercadotecnia de contenidos es ganar visibilidad de marca a través de la propia generación de contenidos. Y gracias a este artículo, nosotros lo hemos conseguido. Así que, ¿a qué esperas para crear el tuyo? Después, las diversas páginas de tu [ecommerce](#) harán la venta por sí solas.

4 consejos para aplicar el marketing de contenidos o content marketing

1. **Comienza poco a poco.** No puedes crear un blog de la mañana, así que empieza poco a poco e intenta mantener tu contenido lo más relevante posible y actualizado. Publicar una vez al mes es mejor que no hacerlo nunca. Así que no importa la frecuencia con la que publiques, pero sé constante.
2. **No te desvíes del tema.** Incluir temas poco relevantes podrían perjudicarte en vez de ayudarte.
3. **Difunde tu contenido.** pero solo una vez que tengas unos cuantos artículos publicados. No queda muy profesional visitar un blog que solo tiene un par de posts.
4. **Reutiliza tus recursos en diferentes redes sociales.** Por ejemplo, puedes aprovechar la [publicidad en YouTube](#) para hacer videos tutoriales. Instagram es ideal para mostrar fotografías. Facebook es genial para contar historias. Por último, Twitter es ideal para mensajes breves.

Los mejores ejemplos de marketing de contenidos y mercadotecnia de contenidos

Ahora veamos algunos ejemplos de cómo los expertos en content marketing o mercadotecnia de contenidos están poniendo en práctica sus [estrategias de marketing](#).

Ya bien sea que tu empresa aspire a una estrategia global como si prefieres centrarte en la generación de contenidos local, estos **ejemplos de marketing de contenido** te servirán para aprender **cómo crear contenido de valor** para tu tienda virtual.

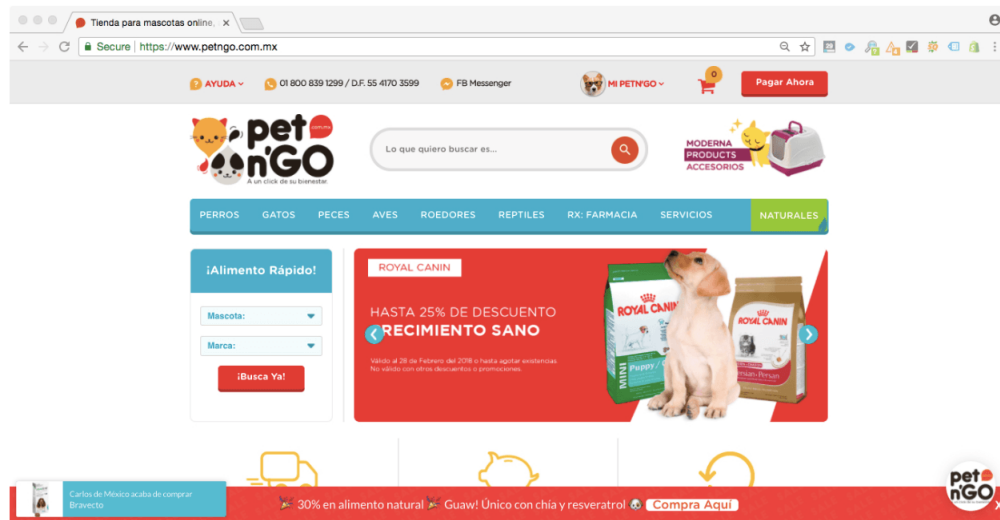
1. Bebe2GO: Mercadotecnia de contenidos sencilla y directa

La empresa mexicana [Bebe2Go](#) vende una variedad de productos para niños y bebés, desde alimentos y fórmulas de lactancia hasta juguetes, muebles y productos de limpieza y salud para niños y mamás. Así que su blog está enfocado en cómo criar a los hijos, juegos y artículos didácticos, y otros tips para mamás.



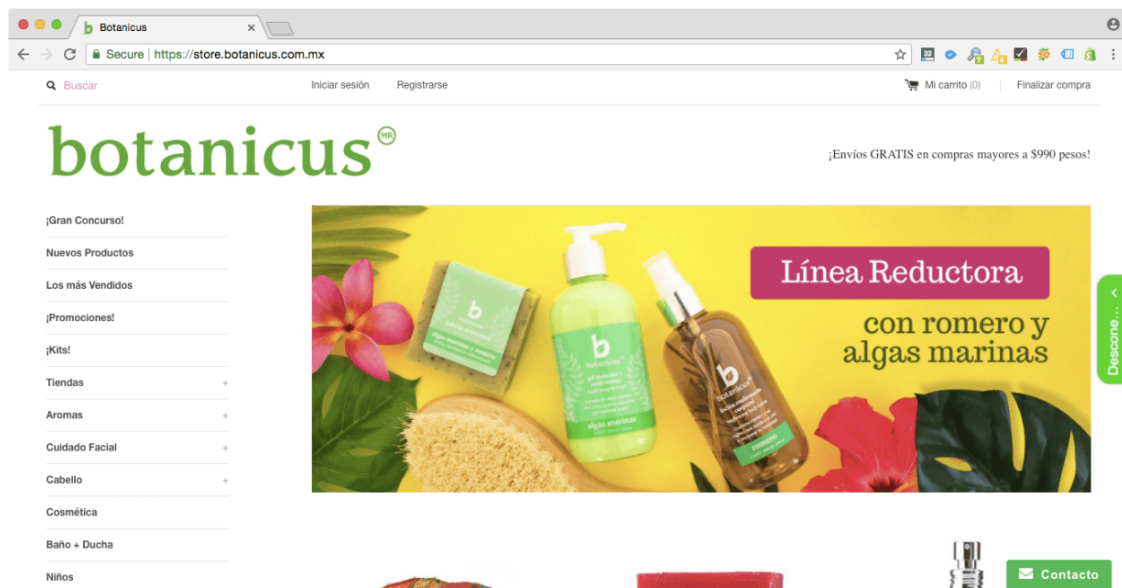
2. Pet n' Go: Generación de contenidos de la mayor calidad

Otra compañía increíble es [Pet n' Go](#). Ellos venden productos para mascotas, incluyendo alimentos, ropa y disfraces, juguetes, camas y casitas, artículos de limpieza e incluso gadgets para mascotas. Su blog está lleno de información relevante sobre entrenamiento de mascotas, así como tips para viajar con perros y gatos y cómo mantener saludables a los animales domésticos. Pet n' Go es un ejemplo exitoso del marketing de contenido, siendo un modelo a seguir para aprender ya que puedes darte una idea rápidamente del tipo de contenido que puedes crear para tu propio negocio. Y demuestra cuán fácil es para Pet n' Go crear contenido para redes sociales.



3. Botanicus: Ejemplo de estrategia global de contenidos

Un último ejemplo es [Botanicus](#). Esta empresa mexicana vende productos para el cuidado corporal totalmente orgánicos y naturales. Su blog está enfocado en temas de cuidado de la piel, las bondades de los ingredientes naturales, aromaterapia y consejos de salud.



[image 5 botanicus]

Pon en práctica tu propia estrategia global de marketing de contenidos

El marketing de contenidos es una forma fantástica de generar tráfico, dar a conocer tu marca y que tus clientes comiencen a comprar. Si se hace de la manera correcta, convertirá a tus clientes en una audiencia que seguirá volviendo y comprará más productos. Así que ahora es tu turno. Pon en práctica nuestros consejos y triunfa con la mercadotecnia de contenidos.

Fuente: Prochile y Oberlo

<https://cl.oberlo.com/blog/que-es-el-marketing-de-contenidos>

Julio 2020