

Alumni

El éxito de una estrategia de contenido

alumni.uoc.edu

Consigue aumentar el tráfico en tu web y capta potenciales clientes

Mireia Reixach - Inbound Marketing Specialist

Neus Sánchez - Inbound Marketing Specialist

Índice

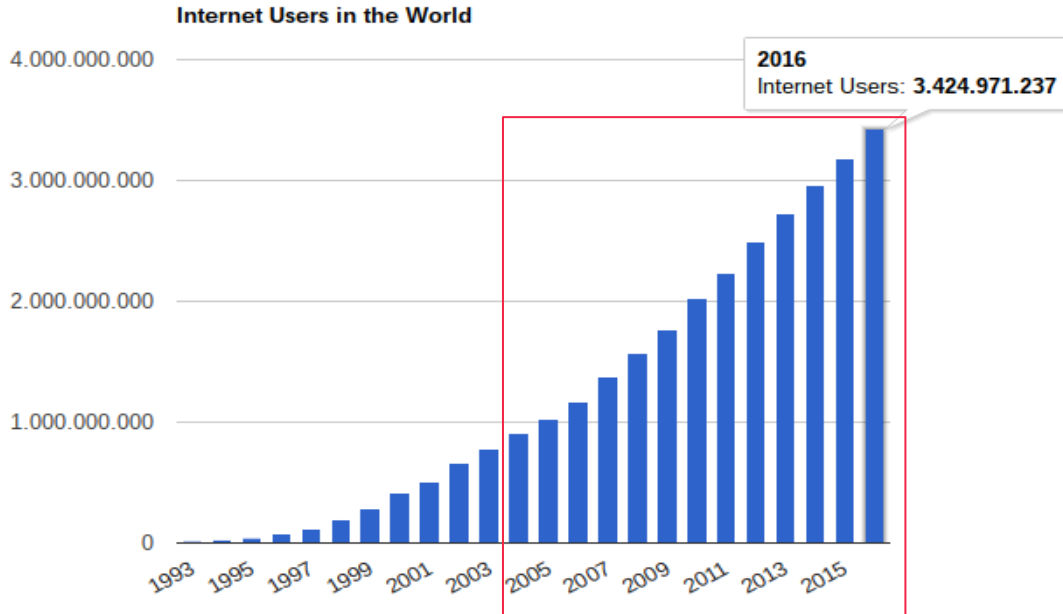
1. Contexto actual: cambios en el ciclo de compra de los usuarios
2. ¿Qué es la atracción de tráfico?
3. Definición del Buyer Persona
4. Creación de contenidos basada en una estrategia SEO
5. Creación de un blog dirigido al Buyer Persona: temática y enfoque
6. Atracción de tráfico a través de contenidos: buenas prácticas
7. Casos reales
8. Anexo

01

Contexto actual: cambios en el ciclo de compra de los usuarios

Contexto actual: cambios en el ciclo de compra de los usuarios

Evolución de usuarios en Internet



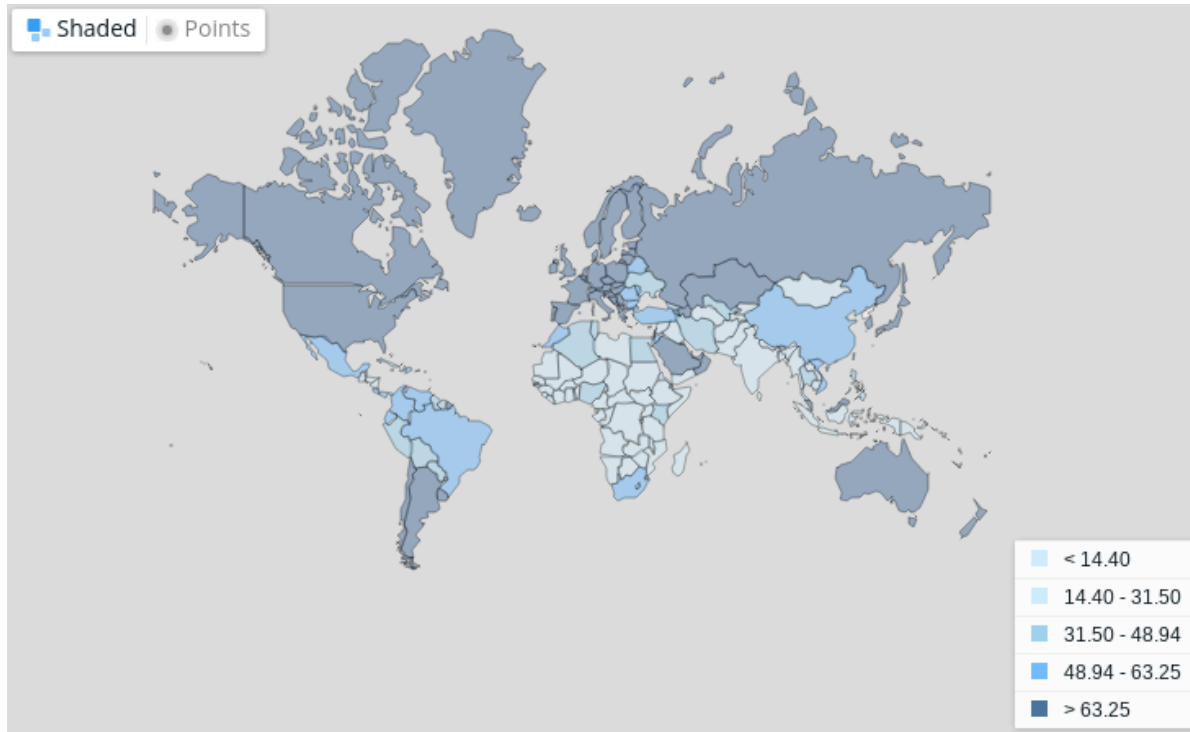
En 1995 menos del 1% de la población mundial tenía acceso a Internet. En 2016 ya es más del 40%, con más de 3 trillones de usuarios.

En 2016 fue más del 40%, con más de 3 trillones de usuarios.

Fuente: [Internet Live Stats](http://InternetLiveStats.com)

Contexto actual: cambios en el ciclo de compra de los usuarios

Evolución de usuarios en Internet



2015
Fuente: World Bank

Contexto actual: cambios en el ciclo de compra de los usuarios

Internet → *democratización* → *proceso de compra*



El coche que mi padre compró en 2003



La empresa controla la información.

vs.



Mi primer coche y el futuro coche de mi padre



Con internet

Democratización de la información.

Alumni

Uoc

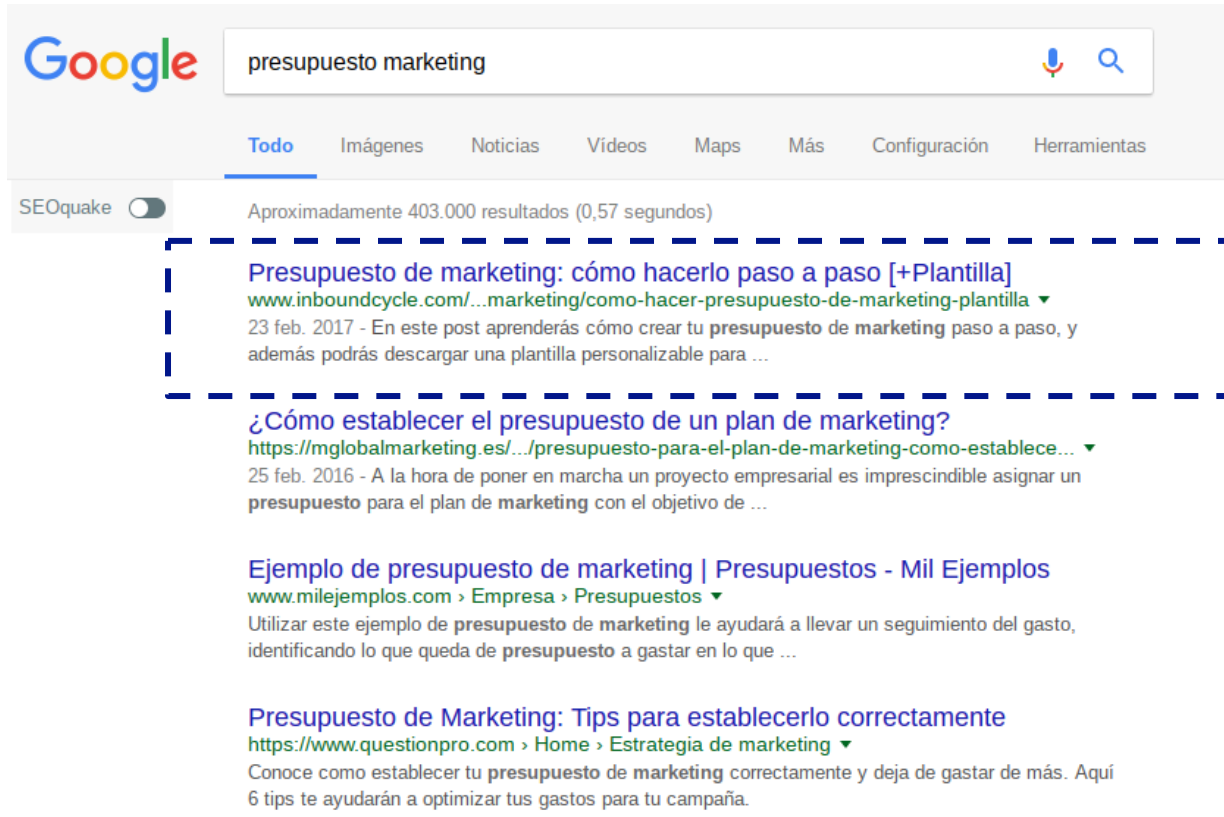


Si lo que queremos es
ATRAER CLIENTES

debemos darles algo que
QUIERAN RECIBIR

02

¿Qué es la atracción de tráfico?



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "presupuesto marketing". Below the search bar, there are navigation tabs: "Todo" (selected), "Imágenes", "Noticias", "Vídeos", "Maps", "Más", "Configuración", and "Herramientas". On the left, there is a "SEOquake" toggle switch which is turned off. The search results are displayed below, with the first result highlighted by a dashed blue box. The results show approximately 403,000 results in 0.57 seconds.

Google presupuesto marketing

SEOquake

Aproximadamente 403.000 resultados (0,57 segundos)

Presupuesto de marketing: cómo hacerlo paso a paso [+Plantilla]
www.inboundcycle.com/...marketing/como-hacer-presupuesto-de-marketing-plantilla ▾
23 feb. 2017 - En este post aprenderás cómo crear tu **presupuesto de marketing** paso a paso, y además podrás descargar una plantilla personalizable para ...

¿Cómo establecer el presupuesto de un plan de marketing?
<https://mglobalmarketing.es/.../presupuesto-para-el-plan-de-marketing-como-establece...> ▾
25 feb. 2016 - A la hora de poner en marcha un proyecto empresarial es imprescindible asignar un **presupuesto** para el plan de **marketing** con el objetivo de ...

Ejemplo de presupuesto de marketing | Presupuestos - Mil Ejemplos
www.milejemplos.com > Empresa > Presupuestos ▾
Utilizar este ejemplo de **presupuesto de marketing** le ayudará a llevar un seguimiento del gasto, identificando lo que queda de **presupuesto** a gastar en lo que ...

Presupuesto de Marketing: Tips para establecerlo correctamente
<https://www.questionpro.com> > Home > Estrategia de marketing ▾
Conoce como establecer tu **presupuesto de marketing** correctamente y deja de gastar de más. Aquí 6 tips te ayudarán a optimizar tus gastos para tu campaña.

¿Qué es la atracción de tráfico?

¿Cómo los contenidos pueden ayudarte a generar tráfico

- **Estrategia de un blog de contenidos:** enfocado a solucionar los problemas e intereses del **Buyer Persona** (**Blog:** *tapiz* en el que se alojan los **contenidos.**)
- **Estrategia SEO:** Keyword research, SEO on-page, SEO-off-page.
- **Otros canales de atracción.**



03

Definición del Buyer Persona

Definición del Buyer Persona

Buyer Persona: un 'Target aumentado'

El **target** sería un elemento más incluido dentro del concepto de **buyer persona**.

- Edad
- Sexo
- Lugar geográfico
- Clase social
- ¿Qué le hace feliz?
- ¿Cómo se relaciona con nuestro producto?
- ¿Quiénes son sus influencers?
- ¿Qué redes sociales utiliza?



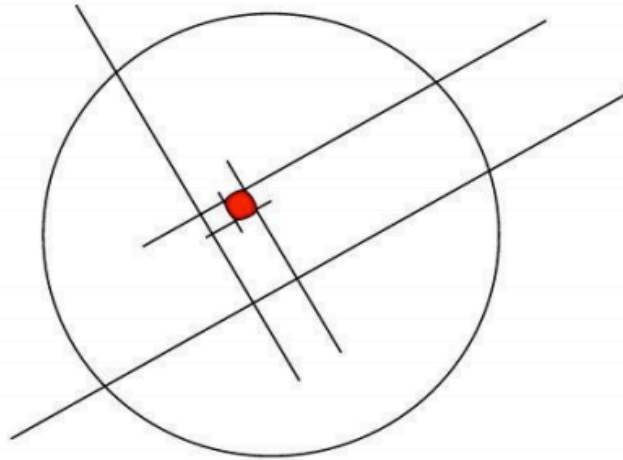
Definición del Buyer Persona

Un caso real

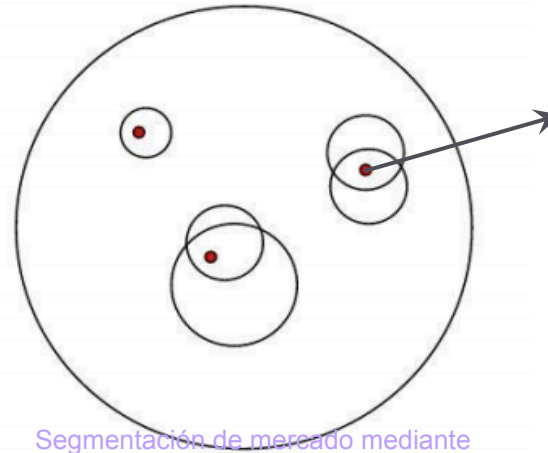


Definición del Buyer Persona

Formas de segmentar el mercado



TARGET



Segmentación de mercado mediante

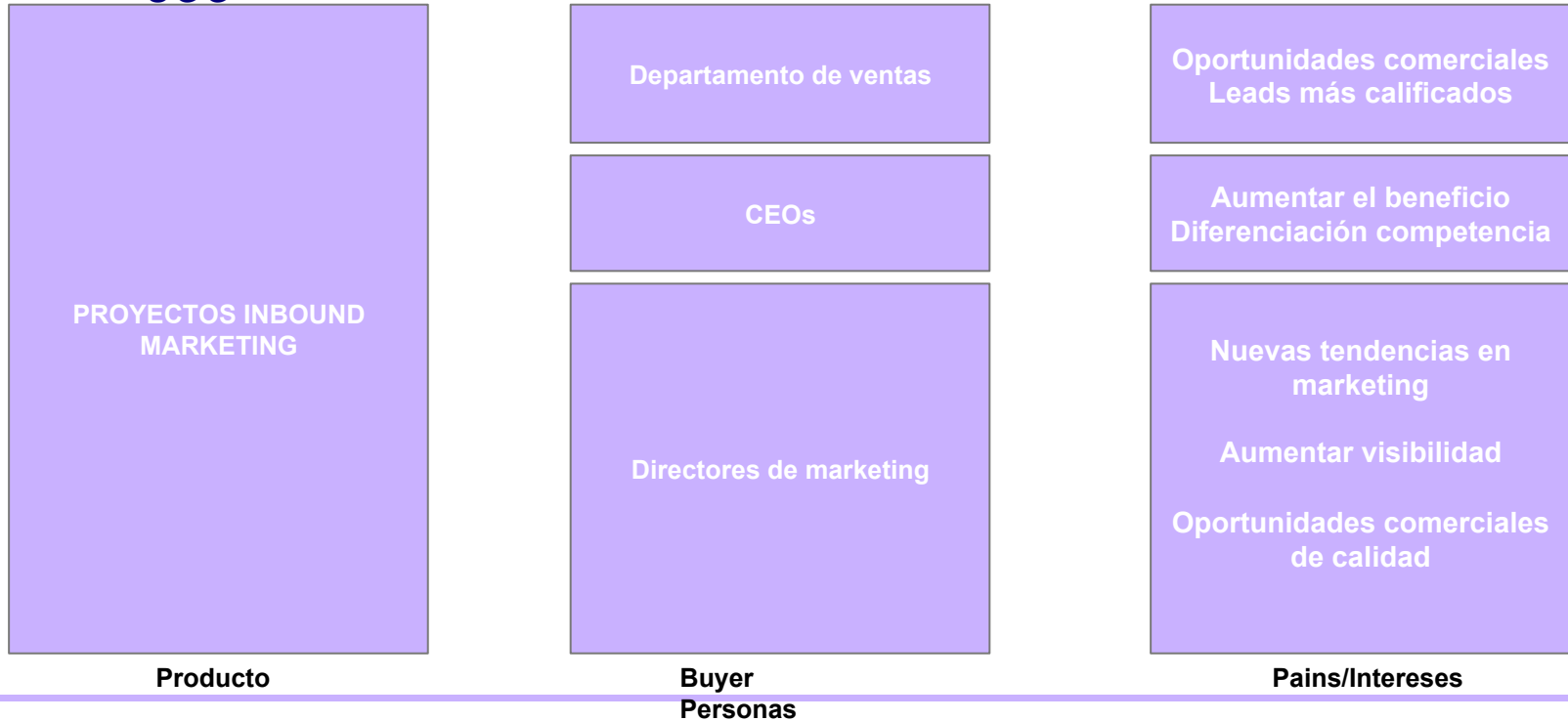
BUYER PERSONA

Conjunto de posibles personas o perfiles que tendría una necesidad a resolver con este producto. Tener en cuenta las **necesidades y pain points**.

Definición del Buyer Persona

¿Cómo definir el Buyer Persona? - Buyer Persona Máster Marketing Digital

UOC



Ventajas de definir el Buyer Persona

- Ayuda a conocer mejor el público (o los públicos) al que te diriges
- Saber qué tipo de contenido crear y con qué estilo hacerlo
- Saber dónde encontrar a nuestro buyer persona

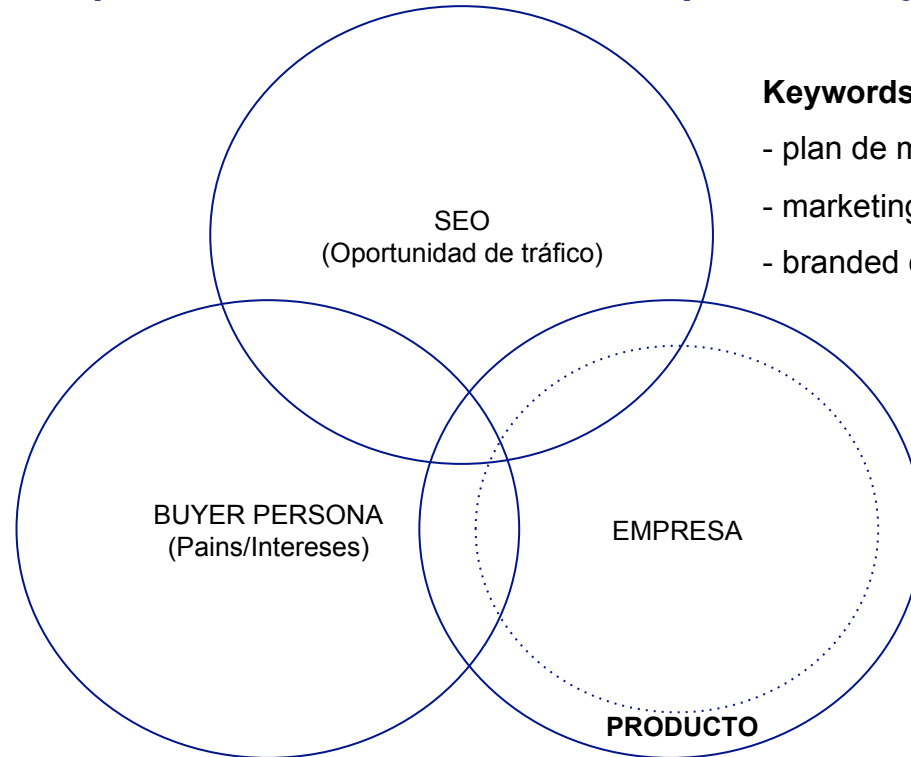
Optimización de recursos de marketing de la empresa

04

Creación de contenidos basada en una estrategia SEO

Creación de contenidos basada en una estrategia SEO

3 elementos clave para tener en cuenta en la búsqueda de keywords



Keywords Buyer Persona:

- cerrar más ventas
- funnel de ventas
- generación de leads

Keywords SEO:









- plan de marketing
- marketing digital
- branded content

Keywords Empresa:

- agencia marketing
- empresa inbound marketing
- agencia marketing online

Creación de contenidos basada en una estrategia SEO

Potencial de tráfico (SEO)

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales 
marketing digital	 8.100
plan de marketing	 4.400
branded content	 2.400
agencia marketing	 480
funnel de ventas	 390
agencia marketing online	 590
generacion de leads	 170

Herramientas búsqueda keywords:

- [Keyword Planner de Google AdWords](#)
- [KWFinder](#)
- [Google Trends](#)
- [Übersuggest / Keyword Shitter](#)
- [Moz](#)

Investigar keywords competencia

- [Ahrefs](#)
- [SemRush](#)

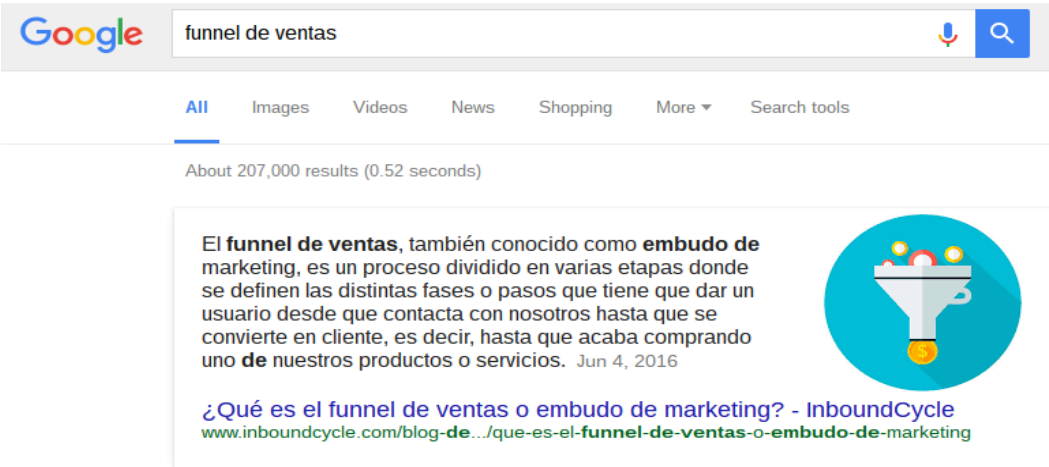
Creación de contenidos basada en una estrategia SEO

¿Dónde ponemos las keywords dentro de los artículos? Optimización

- Título
- Subtítulos (mejor si son keywords relacionadas semánticamente con la keyword principal, la del título).
- Metadescription
- URL
- Alt text de las imágenes
- Cuerpo del texto, de forma natural. Trabajar sobretodo variaciones semánticas de la keyword principal.

Ver ejemplo de artículo optimizado: [clica aquí](#)

Creación de contenidos basada en una estrategia SEO



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "funnel de ventas". Below the search bar, there are tabs for "All", "Images", "Videos", "News", "Shopping", "More", and "Search tools". The "All" tab is selected. Below the tabs, it says "About 207,000 results (0.52 seconds)". A search result is displayed with a blue circular icon containing a white funnel with a lightbulb at the bottom. The text of the result reads: "El **funnel de ventas**, también conocido como **embudo de marketing**, es un proceso dividido en varias etapas donde se definen las distintas fases o pasos que tiene que dar un usuario desde que contacta con nosotros hasta que se convierte en cliente, es decir, hasta que acaba comprando uno de nuestros productos o servicios. Jun 4, 2016". Below the text is a link: "¿Qué es el funnel de ventas o embudo de marketing? - InboundCycle" with the URL "www.inboundcycle.com/blog-de.../que-es-el-funnel-de-ventas-o-embudo-de-marketing".

Ver ejemplo de artículo optimizado: [clica aquí](#)

Otras buenas prácticas de optimización:

- Utilizar bullet points.
- Imágenes atractivas.
- Tablas comparativas.
- Enlaces a contenidos de calidad.
- Vídeos relacionados con el contenido.
- Ofrecer contenido original y de calidad.
- Mantener la frecuencia en la publicación.

Creación de contenidos basada en una estrategia SEO

Checklist: Cómo buscar keywords

1. Definimos el Buyer Persona ([Link a plantilla](#)) y analizamos cómo es su proceso de compra.
2. Hacemos brainstorming de keywords que nuestro **Buyer Persona podría buscar**, así como, producto y empresa. También buscamos keywords long-tail con [Übbersuggest](#).
3. Buscamos los volúmenes de búsqueda mensuales en el [Planificador de palabras clave](#)
4. Buscamos las dificultades con [MOZ](#).
5. Escogemos las mejores keywords (con el mayor volumen de búsquedas y la menor dificultad)

05

Creación de un blog dirigido al Buyer Persona: *temática y enfoque del blog*

Creación de un blog dirigido a un Buyer Persona: temática y enfoque

Blog. Definición de temática central de un blog.



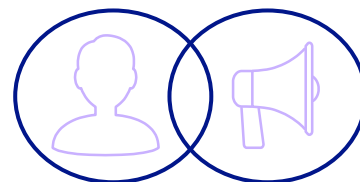
¿Qué debemos tener en cuenta cuando agregamos toda esta información?



El blog debe tener **entidad** propia.



El blog tiene que estar alineado con la **marca**.



Creación de un blog dirigido a un Buyer Persona - Ejemplo

Producto	Buyer Personas	Pains/Intereses	Oportunidad de tráfico
<p>PROYECTOS INBOUND MARKETING</p>	<p>Departamento de ventas</p>	<p>Oportunidades comerciales Leads más calificados</p>	Alta
	<p>CEOs</p>	<p>Aumentar el beneficio Diferenciación competencia</p>	Alta Media
	<p>Directores de marketing</p>	<p>Nuevas tendencias en marketing</p>	Alta
		<p>Aumentar visibilidad Oportunidades comerciales de calidad</p>	Alta Alta

Creación de un blog dirigido a un Buyer Persona - Ejemplo B2B



Blog de Inbound Marketing

Técnicas y recursos para ayudarte a generar oportunidades comerciales y branding basados en las experiencias de todo un equipo de profesionales del marketing digital.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing>

Atracción de Tráfico (446)

Automatización del Marketing (42)

Generación de Leads (111)

HubSpot (37)

Inbound Marketing: Estrategia y Herramientas (338)

InboundCycle (14)

Píldoras de Marketing y Ventas (216)

ROI y análisis de resultados (61)

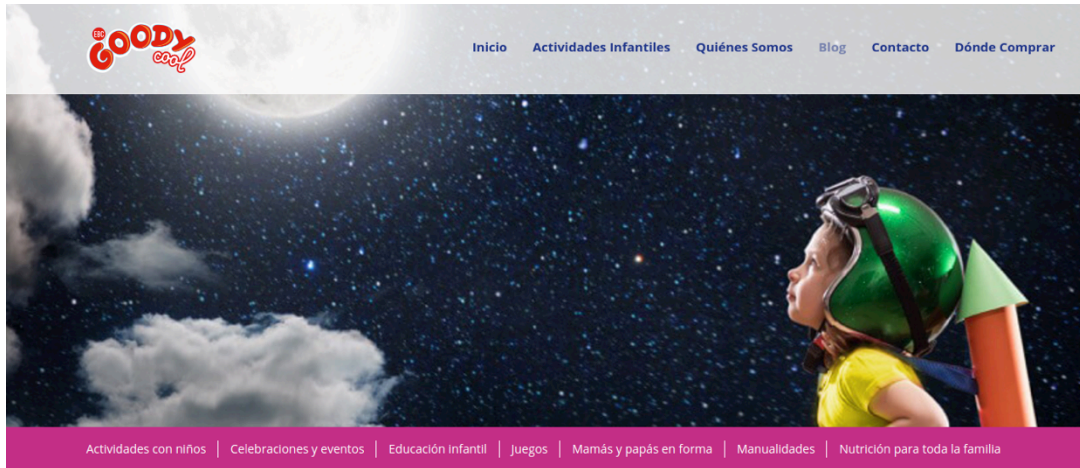
Ventas Inbound y CRM (38)

Creación de un blog dirigido a un Buyer Persona - Ejemplo B2B



<http://blog.infaimon.com/>

Creación de un blog dirigido a un Buyer Persona - Ejemplo B2C



A qué sabe la nube

Un blog para mamás y papás con niños curiosos donde encontrarás consejos sobre nutrición, educación y actividades infantiles

<https://goodycool.com/blog/>

06

Atracción de tráfico a través de contenidos: buenas prácticas

Buenas prácticas de atracción de tráfico y generación de contenidos

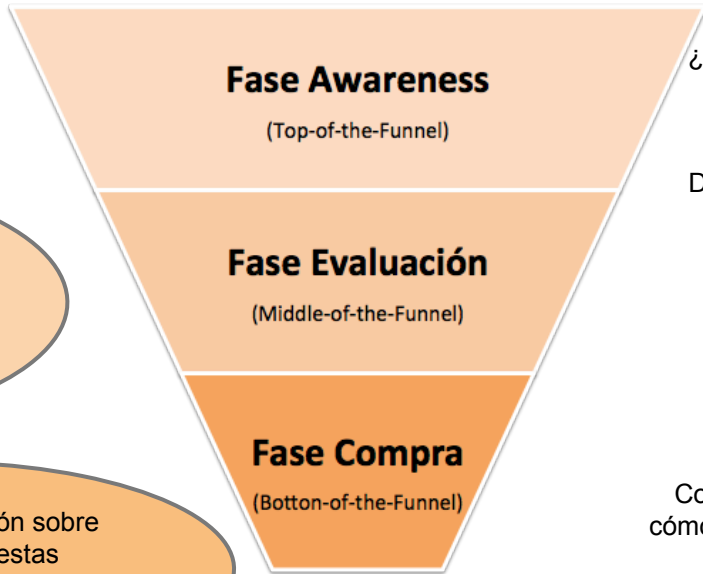
1. Tener muy presente nuestro **producto y empresa, Buyer Persona y sus pains/intereses y el potencial SEO** para generar **tráfico orgánico**. (Inbound Marketing y Atracción de contenidos basados en una estrategia SEO).
2. Pensar en **contenido viral**. Ejemplos: infografías, tendencias el sector, etc. ([Buzzsumo](#)).
3. **Crear contenido descargable** a través del cual puedas captar información de tus contactos a con formularios. Contactos que podrás **convertir en registros y clientes**. Ejemplos: ebooks, plantillas, vídeos, checklists, etc.
4. **Difundir contenido regularmente en redes sociales u otros canales** en las que está presente el Buyer Persona (Facebook, Webinars, etc).

Buenas prácticas de atracción de tráfico y generación de contenidos

Usamos muchas estrategias de marketing digital pero no obtenemos resultados para ventas. Tenemos que optimizar el funnel de marketing.

Habla mucho de atracción, conversión, automatización... ¿Y cómo implemento estas herramientas en mi estrategia?

Quiero más información sobre cómo poder elaborar estas campañas de inbound marketing.



Artículo:
¿Qué es el funnel de ventas o embudo de marketing?

Ebook:
Descubre cómo ejecutar una campaña de inbound marketing

Ebook:
Cómo lanzar una campaña de inbound marketing

Producto:
Consultoría gratuita para asesorarte sobre cómo crear tu estrategia de inbound marketing

07

Casos Reales

Ejemplo real: Blog de Captio



Captio

Producto ▾ Precios Clientes Nosotros ▾

Qué es Captio

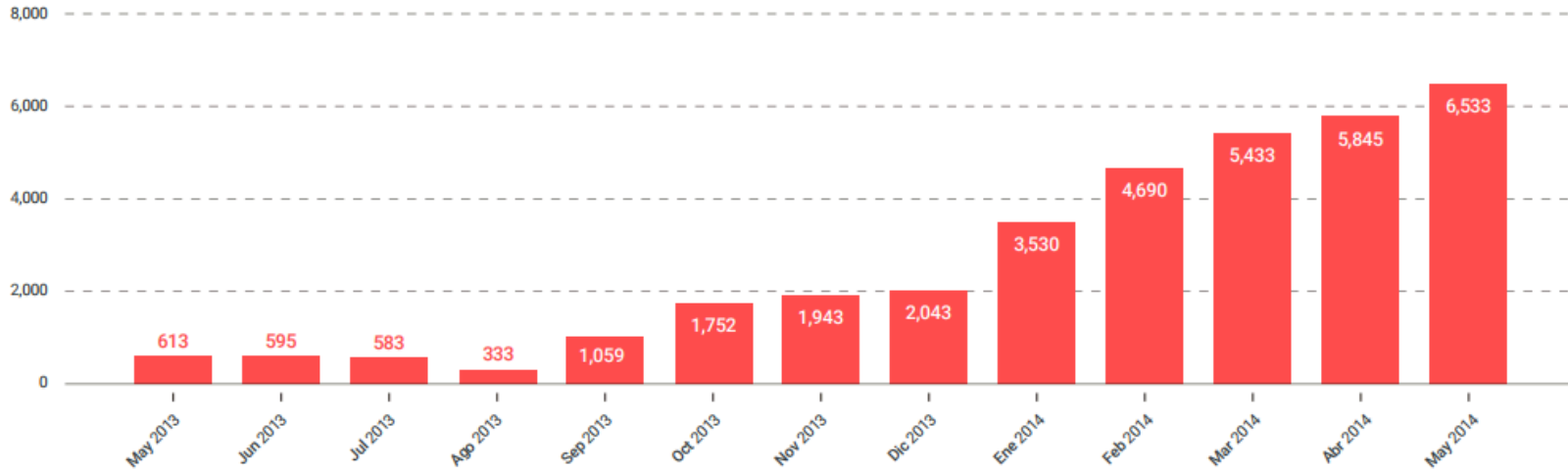
Captio ayuda a las empresas y a sus trabajadores a controlar mejor sus gastos y descubrir nuevas oportunidades de ahorro. Integra el proceso de gestión de gastos en un único flujo sin papeleo, sin tareas manuales y sin fraude.

1:34

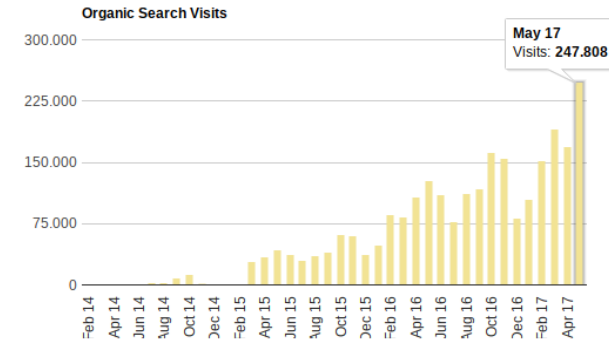
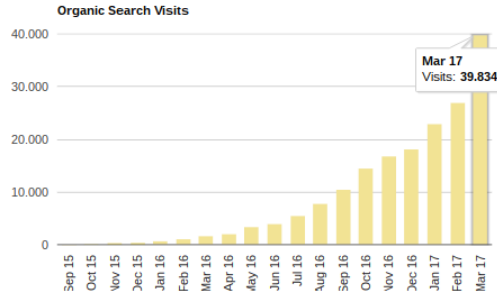
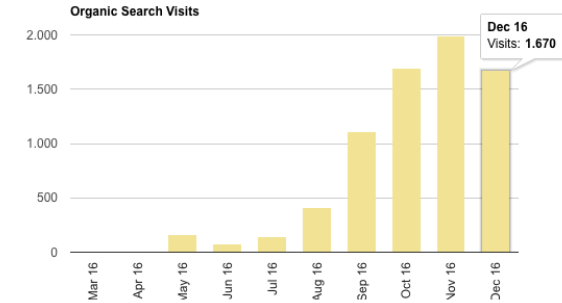
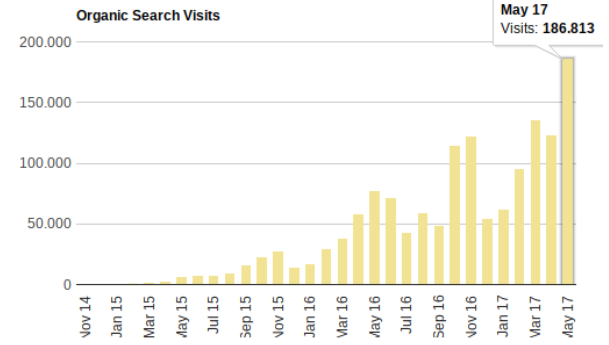
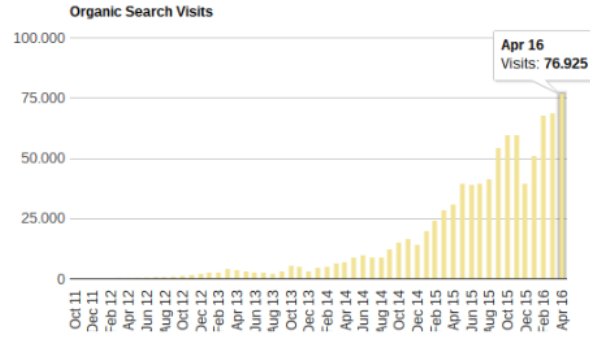
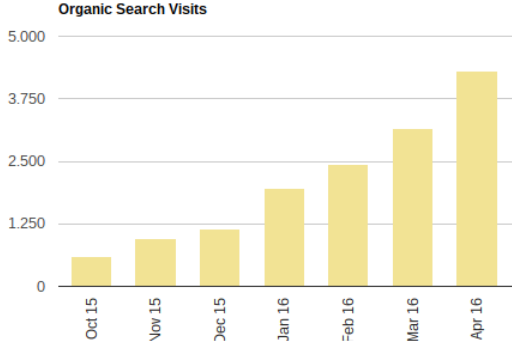
- Entrada de gastos
- Clasificación de gastos
- Movilidad
- Devolución del IVA
- Supervisión de gastos
- Administración
- Integración

Ejemplo real: Captio

→ Visitas mensuales orgánicas



Otros ejemplos: Objetivo fase atracción → generación de tráfico orgánico gracias a una estrategia SEO





08

Anexo

Fuentes recomendadas

1. [Essentials of an Effective Inbound Strategy](#)
2. [\[Vídeo\] Rand Fishkin "How To Keep Up With Google" + Drive Organic Traffic from Google](#)
3. [Guía de Google: optimización de motores de búsqueda:](#)
4. [Blog de Moz](#)
5. [Blog de Rand Fishkin](#) (SEO & Co-founder Moz)
6. [Blog de Inbound Marketing](#)
7. [Marketo Marketing Blog - Best Practices & Thought leadership](#)
8. [Buffer Blog - Thoughts on social media & online marketing](#)
9. [SemRush Blog](#)
10. [SEO blog by ahrefs](#)

Alumni

alumni.uoc.edu

UOC

MUCHAS GRACIAS

 AlumniUOC

 @UOCalumni
