

## ► Contenido

Cómo generar  
contenido atractivo  
para clientes  
potenciales



Instituto de  
Marketing  
Ágil

# CONTENIDO

- El contenido es información 3
- Tener buena información es más valioso que una buena publicidad 4
- Con contenido de valor se aumenta la visibilidad 5
- Cómo informar 9
- Ideas para tener en cuenta a la hora de generar contenido 10
- Contenido en diferentes formatos 11
- Paso a paso para crear contenido relevante 15
- En pocas palabras 22

# El contenido es información

Nada es más importante que tener contenido de calidad. Este debe ser compartido hasta que llegue a las manos de los clientes ideales frente al mercado objetivo, y de esta manera lograr que estén atentos a su negocio, que su interés sea notorio y que se pueda avanzar con ellos hasta cumplir sus necesidades.

Por lo tanto, la información debe ser tan eficiente, que el cliente sienta confianza de su trabajo y que se pueda tener con él una buena comunicación sin tener necesidad de llegar a ofrecer un negocio aun sin que él conozca primero las razones de la empresa y lo que usted está dispuesto a hacer por el.



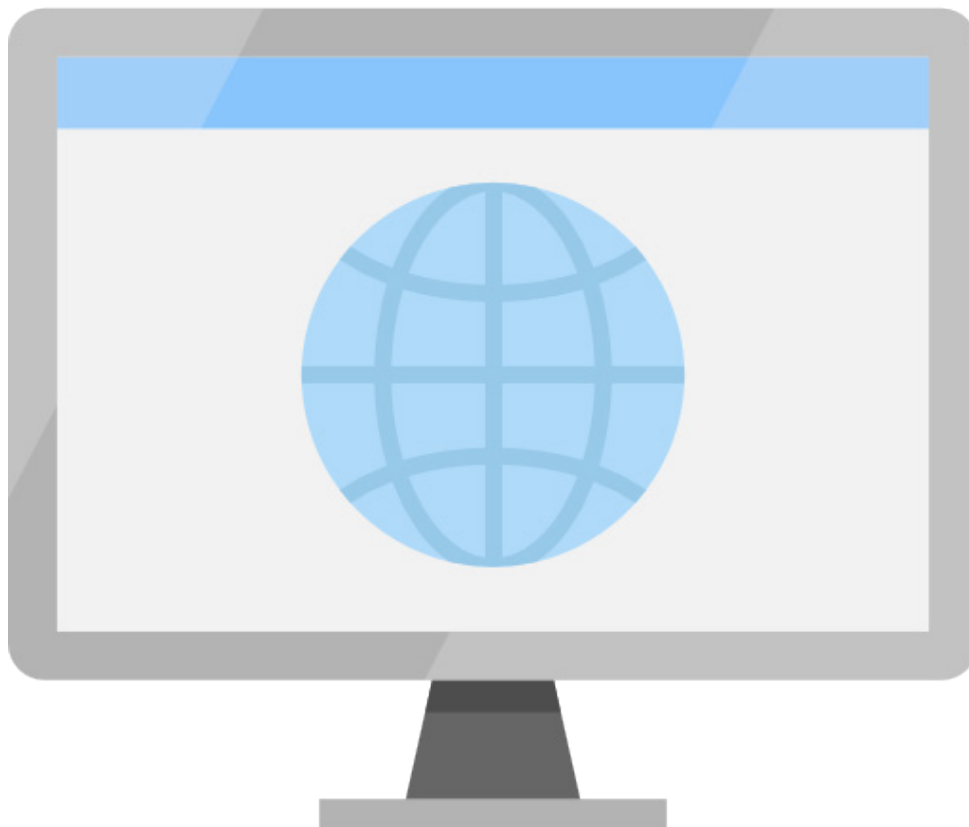
Muchas veces, alguien que está seguro de adquirir un producto primero quiere tener una buena comunicación con quien lo asesora y llevarse buena información. No cabe duda que lo más importante es que el cliente se lleve con él toda la información necesaria que le ayude a tomar la mejor decisión y dar el voto de confianza a la empresa.

Tener buen contenido con información relevante es fundamental porque ayuda a estar más visibles a la hora de ser buscados por la gente. Los temas deben ser precisos y claros para así ser la mejor opción para el cliente. El contenido, aparte de permitir ser encontrados en blogs, medios virtuales, etc. También permite a los clientes conocer de manera muy clara cuál es el tema de interés y cómo es abordado.

Un buen contenido no solo cumple la función de generar visitas, también genera credibilidad, confianza y reputación, puntos claves a la hora de pactar con el cliente y cerrar una venta.

## Hablar de contenido es hablar de información

Una buena práctica al generar contenido es compartirlo y exponerlo hasta que llegue a manos de un cliente ideal, o por lo menos que ésta información guíe hasta el punto más cercano a él, donde se puedan exponer los conceptos y se logre capturar su atención, generando así confianza. Cuando hablamos de contenido hablamos de libros electrónicos, blogs, artículos, conferencias, manuales, guías, videos y todos los medios electrónicos y manuales que puedan existir.



## El internet sin contenido no sería tan relevante

Lo que se publica diariamente en todos los medios virtuales es información. En todos los medios sociales, todo lo que pasa alrededor de internet sucede por medio de una transferencia de información.

El internet es funcional a la hora de buscar, encontrar y compartir información. Tener buena información es tan vital que sin ésta nada tendría sentido, ni siquiera internet, puesto que sería muy simple y poco interesante (Imagine buscar en internet y no encontrar resultados). Si su empresa tiene un canal con contenido, es decir, casos de éxito, artículos con información relevante, etc... pero no actualiza esta información ni la comparte, las posibilidades de ser encontrado en buscadores será tan reducida como encontrar una aguja en un pajar.

# Tener buena información es más valioso que una publicidad

La buena información dice más que una publicidad ¿Por qué será tan esencial tener la buena información? Para atraer a los mejores clientes. Atraves de todos los tiempos la mejor manera de conseguir la atención, la confianza y la validez que le den a su empresa por parte de los clientes ha sido la publicidad, presionando al cliente visualmente hasta que este por fin se fije en esta. no obstante , ya muchas veces evitamos de manera rápida la publicidad, y la apartamos con buena información. La idea no es atentar visualmente al cliente, la idea es manejar prudencia y buena comunicación con él, a nadie le interesa que tanto pueda decir usted en 3 renglones con una gran pancarta o varios medios publicitarios, la gente paga por la buena información y por medio de esta se hacen negocios. Los clientes prestan atención a lo que les interesa.



## Lo que es importante para el público es lo que llamamos contenido

Buena comunicación es sana información. Es comunicar a los clientes ideales una buena información de peso y vencer la desigualdad. Esa es la única y la más valiosa, respuesta de por qué es mejor que una publicidad.

La información es la mejor fuente por la que usted tiene comunicación con el cliente ideal. Lo primero que hace un cliente para buscar como efectuar su necesidad es buscar una buena información donde se entere de los servicios de una empresa y según su necesidad y la respuesta a ella le dé el voto de confianza.

El objetivo final de la elaboración de la información será ofrecerla rápidamente hasta que muchos la conozcan, así sea que la encuentre fácilmente en internet o que por sus propios medios haya logrado expandir la información de una manera puntual y así muchos conozcan las ventajas del mercado que usted ofrece

## Antes de tomar la decisión de negociar los clientes necesitan conocer otras opciones

Los clientes necesitan saber a la perfección en que van a invertir, Saber de la organización, cuales son los beneficios, como son los productos que venden, y poder tener la certeza de que esa empresa realmente vale la pena, y que quiera seguir avanzando con esta hasta que el negocio sea efectivo y las necesidades del cliente sean cumplidas satisfactoriamente.

Muchas veces los clientes no saben con claridad que es lo que necesitan, y en la búsqueda de resolverlo al encontrarse con una buena empresa, y una buena información la necesidad es clara, y el cumplimiento de ella también.

La idea detrás de todo esto es obtener una venta efectiva pero con un conocimiento total de la empresa, en los clientes, que dependiendo de la complejidad del producto o servicio puede tardar días o meses, Necesitamos más respuestas a nuestras necesidades, estamos cansados de la publicidad que no comunica. Y ahí es donde el contenido entra en acción.



# Con contenido de valor se aumenta la visibilidad

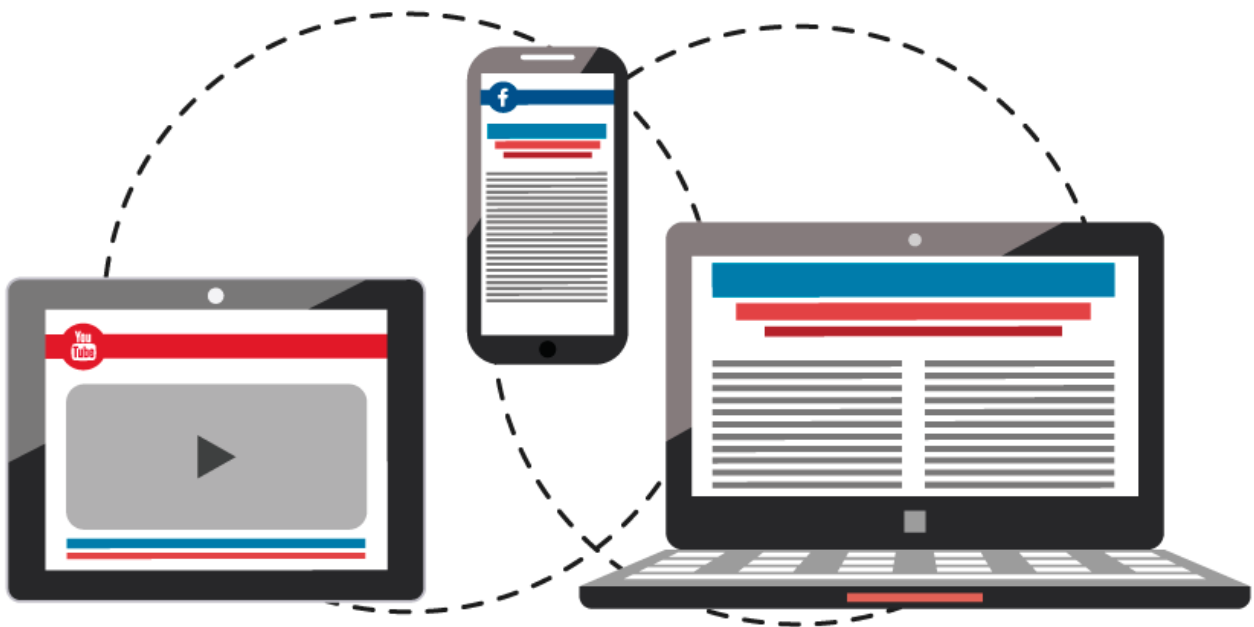
Tener una buena información es fundamental para el negocio, desde tener buenos motores de búsqueda, las paginas actualizadas para que se enteren de lo último, lo que recientemente su empresa ofrece, hasta la comunicación que verbalmente puede regarse.

## Para ser encontrado en los motores de búsqueda es necesario tener buen contenido

Este beneficio es el mejor para lograr interés de búsqueda, se encuentra fácil, es práctico y es mucho mejor, puesto que la gente puede darse cuenta muy rápido de cuáles son los productos y los servicios que ofrece la empresa.

La información debe ser administrada desde todos los puntos web posibles, blog, página, artículo, para que al cliente se le haga mucho más fácil acceder a la información y mantenerse enchufado con usted. El cliente ideal no busca la página (por qué todavía no sabe de ella) el cliente ideal siempre busca el tema de su interés y por medio de esta forma de búsqueda, si la información que usted tiene en internet es clara, es muy probable que el cliente de inmediato se encuentre con la información que usted le está brindando en los medios.

De esta manera es como el cliente se entera virtualmente de sus servicios, claro está, si la información es bien administrada.



Si en la página en la cual usted administra la información solo da cuenta de los servicios y beneficios que usted brinda, es muy probable que la gente solo busque eso y las posibilidades de ser mucho más buscados es menos (aunque siempre hay alguien que solo se interesa en eso y busca el nombre de la empresa, y los servicios que ofrece).

No obstante, si queremos que la gente se interese por nuestra página y que esta misma tenga más visitas, La información debe ser general, y avanzada para que sea específica para toda clase de cliente ideal.

La información sirve mucho para ser encontrados en los medios de búsqueda, para que el cliente a la hora de buscar cualquier inquietud o algo en particular, usted pueda dar solución a esta, no por medio de la venta inmediata, si no por medio de la información más puntual y certera que responda a las inquietudes que tiene el cliente sobre cualquier tema de interés

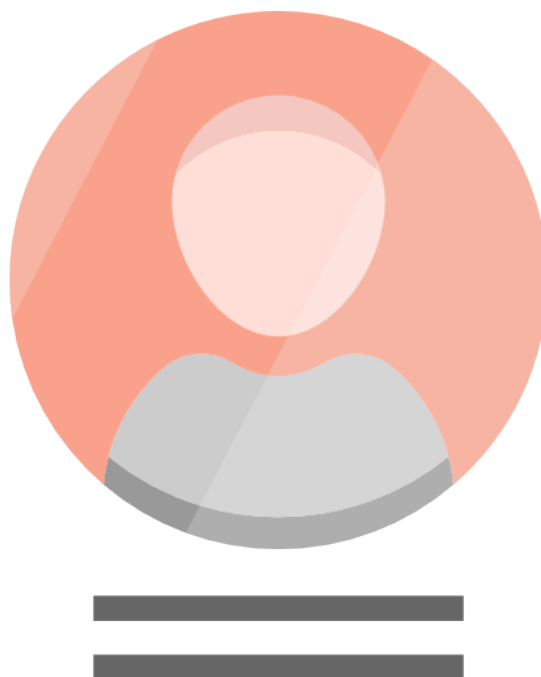
Una de las formas en las que las personas encuentran nuestra página es a través de buscar temas relacionados con marketing online, como por ejemplo de las tendencias en las redes sociales. Las personas no buscan bienpensado.com, buscan "tendencias redes sociales", y ahí es donde aparece el contenido.

## Tener una buena información le permite obtener una base de datos de prospectos calificados

Para muchas empresas es fundamental plantar un "portafolio" o "semillero" de clientes ideales, de personas que después puedan mostrar interés por los productos y beneficios que tenga la empresa. El espacio será lo que ofrecerá a estos posibles clientes para que repartan sus datos personales a cambio de una buena información. Como primero, no todo el mundo va tener la capacidad de poder comprar a la primera vez que encuentren su página o que la visiten.

La manera más eficaz de seguir ilustrando a los clientes ideales, será por medio de la buena comunicación con ellos, de manera que pueda posteriormente invitarlos a un siguiente paso.

Si la empresa es de esas que se dirige a otras empresa, se podría enfocar en crear una base de datos de personas interesadas en el tema, y después poderles hacer un cumplido con alguna conferencia, una invitación a un evento, que se pueda ir familiarizando con el cliente para una próxima compra alguno de nuestros libros virtuales nos permite edificar base de datos para la cuenta virtual. Esta es una de las mejores maneras para permanecer en comunicación con clientes que les gusta los buenos negocios y los que posiblemente después van hacer una compra con usted.







## Tener contenido relevante ayuda a guiar a las personas desde las redes sociales hasta su sitio web

Al obtener información en su página, el difundirlo paulatinamente en todos los medios virtuales, adquieres que los clientes localicen fácil tu página web.

Puedes utilizar cualquiera de estas (página de Facebook, canal de Twitter, etc.) donde puedas difundir toda tu información. De esa forma, cuando un visitante da clic a tu enlace, se estará dirigiendo hasta la página web donde le compartirás mucho más de la empresa.

Este contenido es de nuestro blog, este después de ser difundido en todos los medios, atrae gente a la página (donde está la información). Cada que su contenido sea compartido, las personas dan clic a ese contenido y llegan a su página web.

Después de esto viene la transformación y consiste en que se pueda lograr que alguien pueda llegar hasta tu sitio web. Este puede inscribirse al boletín, a que pueda adquirir un contenido, a que quiera participar de una charla y varios programas más. Esta forma es efectiva para conducir al cliente a que visite lo más que pueda nuestros sitios web y se pueda ilustrar mejor enterándose así de todos los productos y beneficios que nuestra empresa tiene. A veces la relación que hay con los clientes en las redes sociales no es muy clara, solo es un compartimiento de informaciones. Casualmente alguien pone que le gusta o hace un comentario, pero todavía la probabilidad de que ese cliente ideal se acerque mucho más a nosotros es poca, a no ser que lo haya conducido personalmente, paso a paso, para que pueda conocer más a fondo la información



## La buena información facilita tener nuevos clientes potenciales

Su contenido informativo le puede ser útil a otras empresas que también divulgan la información y la comparten con sus aliados. Lo que lo beneficia es que la otra organización, al difundir la información Lo está acercando a nuevos clientes, corporaciones. La gran ventaja para su aliado es poder tener la mejor información que se pueda compartir sin problema para ganar muchos más beneficios adicionales.

Intente construirse al lado de otras compañías, deles información para que la comparta con otras organizaciones. Y en otro sentido, reparta la información de sus aliados con su propia comunidad. Esto es reciprocidad basada en contenido.

# Cómo informar

Es muy claro que es fundamental repartir información. La pregunta que surge es ¿qué información difundir?, ¿Qué tema tratar?, ¿en qué hacer énfasis?

Basado en el conocimiento que tiene de lo que hace, la mayoría de las veces todo lo que para usted es obvio, para el resto de es algo completamente desconocido.

De respuestas a lo q su cliente ideal, resuelva las dudas que este tiene, la duda que más existe, sus angustias. Con la gran comunicación que tiene con sus clientes, ¿Cuáles son las dudas que surgen por parte de ellos?, ¿qué le objetan?, ¿qué inquietudes tienen?

No solo puede ser en las dudas generales que tienen, también sobre la categoría, sobre el uso de este, sobre la calidad del servicio, sobre variedades de cosas que pueden tener pero a la hora de hacer información.

Por decir, si es un diseñador web, podría ofrecer una guía titulada "Los 5 errores más comunes en las páginas web y cómo corregirlos". Esta información es miel para los clientes y va queriendo saber mucho más de esto con solo leer el título. O enfocarse en una frustración podría ofrecer los "Tips para poder que quien diseña entregue la página con un buen tiempo", y al final del documento explica por qué usted entrega las páginas a tiempo.

Lo más interesante es tratar de enfocarse en los temas que se está enfocando por medio del contenido, del blog, de la conferencia o del manual, que tengan un consecutivo coherente con lo que se dice.

Diciendo esto de otra manera, la información del contenido es es poder generar interés en los que están interesados por su empresa, después de haber hecho evidente la necesidad a través de la información. Aquí es donde la información no solo cumple la función de ilustrar, sino que obviamente está buscando convertir a esta persona en un cliente potencial.



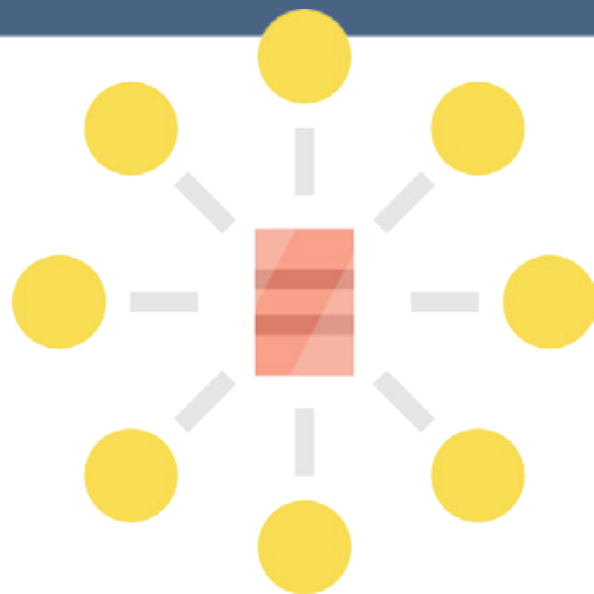
# Ideas para tener en cuenta a la hora de generar contenido

De manera visual, estas son algunas ideas de cómo hacer buena información para hacer un buen negocio, así sea para un libro virtual, una charla, un comité o cualquier otro formato.

- Los stips para [solución de peticiones del cliente] - Los tips de una buena planeación financiera. (Si fuera un asesor financiero).
- [#] Maneras en que [su negocio sea potencial] puede [resolver algo] -101 maneras diferentes en que una tienda de helados vendiera más. (Si vendiera los últimos helados del mercado).
- Cómo [solucionar problemas obteniendo la mejor solución con sólo [tiempo] – Como mantener su cuerpo tonificado y saludable. (Si vende máquinas de ejercicio y una buena alimentación).
- Todo [negocio objetivo] tiene que saber respecto al [tema ideal]
- Lo que todo diseñador web debería saber sobre estrategia digital. (Si vende programas de entrenamiento o software para marketing online).
- [#] Lo que debe saber para [obtener algo que necesita] – 7 pasos para saber en profundidad cuales son las necesidades que tiene su cliente ideal (Si es una empresa de investigación de mercados).
- Los [#] las fayas más frecuentes [industria/práctica] como eliminarlos – Las 4 fayas de elegir un colegio público. (Si quiere tener una mejor educación).



# Contenido en diferentes formatos



Aquí vemos varias maneras informativas de cómo generar más expectativa en la información que se le da al cliente objetivo.



## **Blog: Generar pequeños artículos en la página continuamente**

El formato que más se utiliza para realizar este tipo de cosas, para informar a un cliente en el negocio es el blog.

El blog es donde se pueden compartir muchos artículos, o formatos dentro de una página web. (La plataforma de WordPress es exclusivamente exquisita para blogs). Lo primordial de esto, es que este dentro de la página web.

Lo que primero se piensa es que estos artículos puedan generar muchos más visitantes en la página, queremos que nos visiten, que es además donde se tiene lo que se necesita para la transformación, invitaciones a otros pasos para las "tentaciones" que es lo que va a generar que el que visita también se inscriba en el boletín o convencerse de otras cosas mucho más efectivas que su página le ofrece.

Lo que hace diferente que las cosas se vuelvan mucho más interesantes que si estuvieran en otros medios virtuales, es que en el blog se hacen de manera periódica, de mano.

Son usual diferente temas puntuales, temas que adquieren conciencia, y se va almacenando en la página con el tiempo que es, temas que se desarrollan con otro tiempo, ojala en un solo día por semana



## **Artículos: Son máximo de 8 páginas de temas en especial**

Con respecto al artículo generando diferencia en el blog, son mucho más densos. Son como una especie de los temas que se tratan a la entrada de una revista. Son por lo general de menos de ocho páginas donde se tratan temas actuales, de interés para los clientes.

Lo que busca este tipo de medio informativo es entrar en más detalles; No ser tan breve como el blog y plantear temas más densos para tratar a el cliente de mejor manera.



## **eBooks: Libros electrónicos de 12 a 40 páginas que informan y entretienen**

Es un documento completo, denso, pesado que se realiza en Word y después se convierte en PDF. Varían entre 12 y 40 páginas, a gran diferencia de otros formatos, los eBooks tienen una característica muy importante y es que no solo sirven como mecanismo informativo.

Diferente de un reporte que es más mecánico, un eBook es más divertido, con más ilustraciones que permiten que tu lectura sea más amena y mucho más fácil de entender. Tiene diferentes componentes que hacen que el lector se sienta muy a gusto con la lectura y quiera seguir ilustrándose de este.

El beneficio más grande de tener un blog es que a medida que va avanzando en información, esta información la puede organizar después para poder obtener un reporte, artículo o por ultimo un eBook. Es muy eficiente tener un libro electrónico que permita que los demás se instruyan sobre lo que su empresa da como tesoro y es la "información". Estos libros ya son muy comunes. Son documentos en PDF muy fáciles de descargar siempre y cuando para su vista y gusto le sean muy útiles y efectivos.



## **Guías y manuales: Desarrollan la información más básica**

Generalmente cumplen la función de cómo hacer algo. Es una información básica que desarrolla las peticiones de los clientes ideales o gente que apenas está empezando en el proceso de tener un negocio y aun no tienen mucho conocimiento de lo que usted ofrece. Permite que el cliente ideal tome ventaja en el tema, que lo conozca en profundidad, que su atención se quede en el material y pueda aportar ideas para seguir avanzando.



## **Audios: Grabaciones de entrevistas de los contenidos**

Es una manera muy efectiva de transmitir lo que se está haciendo. En lugar de escribir, puede grabar una entrevista su propia voz como medio publicitario donde la gente la pueda descargar.

Puede subir las grabaciones a plataformas especializadas para compartir como Soundcloud (<https://soundcloud.com/>) o incluso crear un podcast en iTunes (<http://www.apple.com/es/itunes/podcasts/>) al que la gente se pueda suscribir.

Lo que tiene de diferencia entre iTunes y los demás formatos musicales es que la gente se puede suscribir automáticamente, se le actualizan los nuevos podcasts que se montan y tiene

un formato de búsqueda donde las personas pueden acceder fácilmente a los artículos que se almacenan diariamente. Es un blog de audio.

No obstante, muchas personas no son tan activas, para utilizar podcasts, por lo que Soundcloud es una de las mejores opciones que estos tienen. Crea una cuenta y sube todo lo que necesita publicar en su blog, en un artículo o en redes sociales.



## Infografías: La manera más ilustrativa de representar un tema

Esta es la manera de mostrar de manera más gráfica alguna información. Son creadas para que puedan ser vistas en internet, de una manera secuencial.

Es una manera diferente, efectiva y única de presentar la información, más rápida y más sencilla. Es la mejor ilustración. Las infografías son muy comunes en Pinterest (<http://pinterest.com/>).

Es una manera sencilla de difundir información. Y vuelve mucho más accesibles a temas complejos.

Al ser un contenido que corre, es muy común ver infografías como "Los 10 tips para..." o "Los 5 pasos para...".

Si para desarrollar su negocio tiene manera de poder entrar alguna tendencia, varia información o hasta muchas investigaciones que se hayan realizado , puede verse evidenciado de una forma fácil para hacerlo mucho más sencillo y más fácil de leer, en una infografía. Visual.ly (<http://visual.ly/>) es una poderosa herramienta para crear infografías.





## Boletín electrónico: Tener una base de datos lista para enviar correos periódicamente.

Este es un medio muy popular, el cual consiste en enviar los correos a los emails que están en la base de datos con el fin de transmitir información útil y de gran valor.

Los clientes ideales pueden hacer uso de este inscribiéndose a las páginas, a sus tips, observaciones, videos de orden informativo que les pueda servir para capacitarse.

Un boletín electrónico es la mejor manera de permanecer en comunicación con las personas que han demostrado interés en su negocio, en sus beneficios, aún no están listas para dar el siguiente paso. Estar en contacto por email mantendrá la buena comunicación para para cual el cliente esté listo para comprar. Aun así para el negocio y la lista de visitas de sus clientes actuales, el contar con un boletín único para los clientes ideales sostiene un vínculo muy particular, con esta podrá claramente seguir ilustrándolos en cómo utilizar su negocio de una manera eficiente, al tiempo que ofrece otros productos.



## Orientar y educar sobre el producto en el empaque

Esta es una de las maneras menos utilizadas para la explotación del producto. Más que todo para las empresas que se dedican a vender productos físicos, incluso información que es útil para él. Este producto es una gran ayuda no solo para explicar el uso, si no para promover otros productos.

Se puede creer que cuando alguien recibe la información después de haber hecho la compra de este, puede que ya no se pueda hacer nada por estar demasiado tarde. Y no necesariamente. Si el cliente ya hizo la compra y el producto no funciona a la perfección, o no lo pudo usar bien, o no lo supo armar, es muy probable que el cliente no quiera volver a comprarle. Es una manera de poder instruir al cliente con el mismo producto, y con el mismo sistema de empaque.



## Ejemplos: muestra lo que un cliente potencial podría lograr

El propósito de los ejemplos de casos de éxito es dar ideas para proyectar al cliente que aun ha realizado la compra, lo puede tener, como le quedaría, y como lo podría disfrutar de la mejor manera. Si es una empresa que se dedica hacer fiestas temáticas, podrá repartir información "Ejemplos de fiestas temáticas para adultos", como la mejor opción de difundir los componentes de la empresa y beneficios de esta.

Impulse al cliente ideal a que se vea el mismo disfrutando de los beneficios que usted le ofrece por medio de su empresa. Para un instituto de lenguas, será la mejor manera de mostrar como un estudiante egresado de esa escuela es capaz de permanecer en una entrevista laboral o de cualquier manera, hablando en otro idioma.



## Modelos prediseñados: Organizados en diferentes formatos editables

Esta es una manera de almacenar información. Son instrucciones que le enseñan y le permiten al cliente ideal a realizar algo de manera más fácil



## Videos: Son muy útiles para explicar cómo hacer algo

Es igual como presentar el contenido de audio. Sirve mucho para explicar cómo desarrollar algo para que el cliente siga las instrucciones.

En el caso de [guitarraviva.com](http://guitarraviva.com), además de un afinador online, este ofrece todos los medios por medios de videos donde expone los tutoriales para aprender a tocar la guitarra, en esta página se puede escoger el nivel en el que el aprendiz esta y es mucho más fácil de avanzar.

Los videos son muy útiles para los clientes, obviamente si en este da una información más avanzada de cómo utilizar los productos que la empresa le ofrece. Es muy fácil de que grabes y los órdenes para que así tu página virtual sea mucho más completa y quien la visite se sienta muy grato de poder encontrar bien toda la información que necesita antes de hacer la compra de algo.



## Test: Ideales para calificar la eficiencia de algo

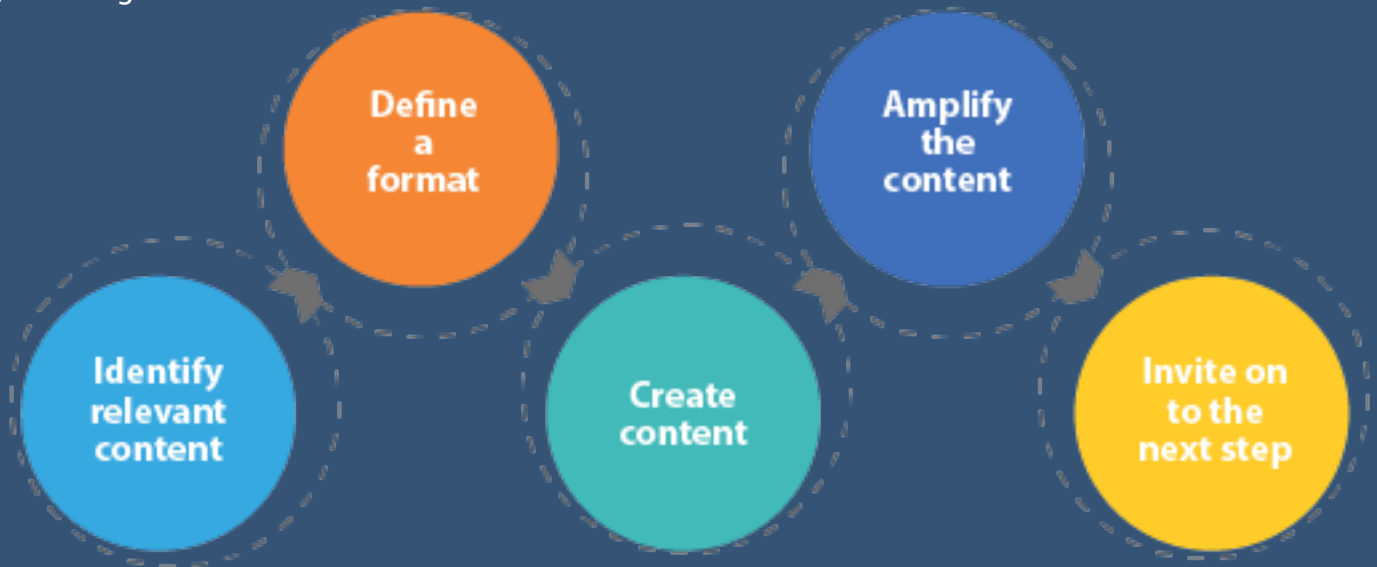
Es muy fácil estar calificando las órdenes de algo, de estar retándonos para mirar cual es el nivel y el puntaje en el que estamos. Hasta poder saber cómo está siendo evaluada nuestra página (si vende servicios de marketing online).

Este test le permite a sus clientes poder evaluar cuál es el nivel en el que está esta empresa, aquí se puede evidenciar si son justos con sus exigencias acerca que pida y la elaboración de la empresa para solucionarlo.



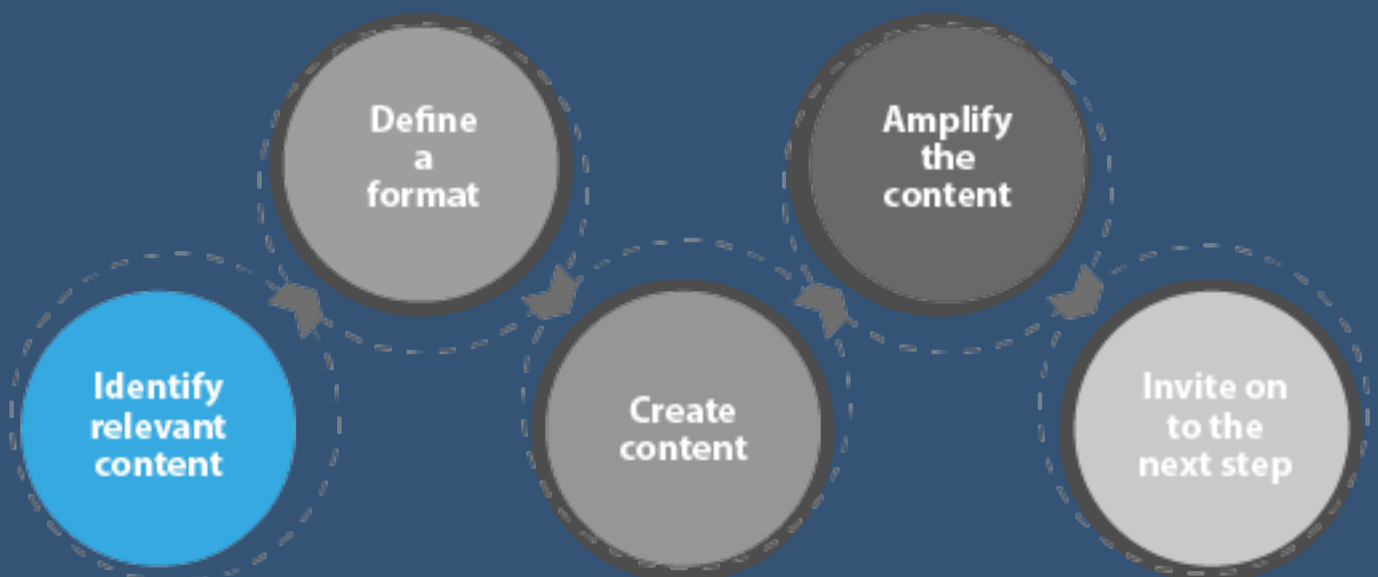
# Paso a paso para crear contenido relevante

Ya conocimos todas las formas en las que es muy posible obtener contenido. Después de esto lo que sigue es cómo podemos crearlo. En estos cinco pasos podemos tener información efectiva y estratégica.



## Paso 1: Identificar contenido relevante

Este paso es importante para poder obtener el contenido más importante que nos de la información que necesitamos.



## ¿Cómo saber, sobre qué temas podría generar contenido?

Las herramientas son importantes para obtener buenos resultados, una de estas es Alertas de Google10.

Con esta herramienta puede programar que google le envíe directamente a su correo los temas de su interés, o los temas que son importantes para su cliente ideal.

Usted puede programarlo a nombre de quien desee, los nombres de sus contrincantes, el nombre de la empresa, el nombre cualquier persona, o hasta incluso de un producto. Estas son las cosas que puede utilizar como fuente de inspiración para la elaboración de su información.

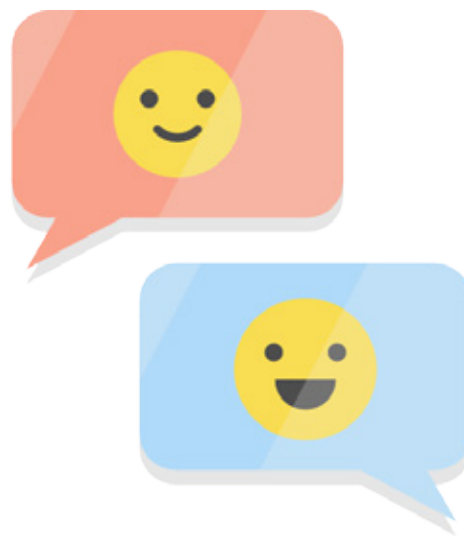
A su vez google le enviara aparte (un email para cada concepto) todo lo que es encontrado en los medio virtuales. Con la herramienta de las Alertas de Google usted puede ser informado de todos los temas de interés de la industria, y de los contenidos que otro está publicando, con esto tendrá una Infinitud de opciones que le pueden ser útiles

## Dudas de los clientes

Esta fuente de información es la más efectiva y la más importante, porque en realidad son las cosas que los clientes ideales desean saber, y que usted como empresa interesada en sus clientes y sus necesidades, debe dar una buena respuesta a estos. Vienen de ellos mismos, para el que usted trabaja.

En este sentido, la posibilidad de que sea muy llamativo es grande, porque es nada más y nada menos que una de las dudas que un cliente tiene, aquellos de los cuales desea atraer más.

Es importante que usted se pregunte cuáles son las dudas que su cliente tiene con frecuencia; incluso preguntas que no sean tan frecuentes pero que deberían hacerle. A veces cuando alguien no es muy ilustrado en un tema, es muy útil hacerla entrar en razón, justamente con información y hacerlo ver desde otros puntos de vista.



## Debate de discusión

Los grupos en LinkedIn o los grupos cerrados de los medios sociales como (Facebook), son de verdad una fuente de información muy poderosa.

Busque en LinkedIn cuáles son los grupos de su sector y busque unirse a ellos. Empiece a participar y a dar sus puntos de vista, sin necesidad de empezar a vender.

Escuchar es importante, para saber a fin que es lo que la gente pregunta, y que es lo que la gente responde, aquí también surgen ideas para responder a sus propias preguntas y generar información.

## Lo que usted necesita saber

Como es muy popular este dicho, “enseñamos mejor lo que más necesitamos aprender”.

Si necesita saber algo más, sobre lo que está trabajando, como su tipo de negocio o la calidad de su industria, puede volverse un conocedor de este tema, documentarse y poder profundizar en todo lo que conozca.

Como resultado de la búsqueda y observación de varias fuentes de información, después podrá hacer un documento o cualquier texto que genere ideas o argumentos que recopiló durante toda su observación.

La necesidad de ser un conocedor e ilustrarse siempre es poder generar un buen contenido de información. Estar buscando temas de interés es una gran manera de encontrar e instaurar contenido específico y válido.

## Lo último en temas y contenidos

Verifique con los trending topics en Twitter o en Google Trends<sup>11</sup> lo último en temas, y lo que más se busca.

Si uno de los objetivos de buscar contenidos es poder ser buscado y encontrado por Google, consultar diariamente sus propios temas en google es muy verídico.



## Infórmese de otros blogs

Ponerse en el lugar de los clientes y también suscribirse a otros blogs para tener información también es una excelente idea para la elaboración de su contenido. Son temas tratados desde otros puntos de vista que pueden ser útiles.

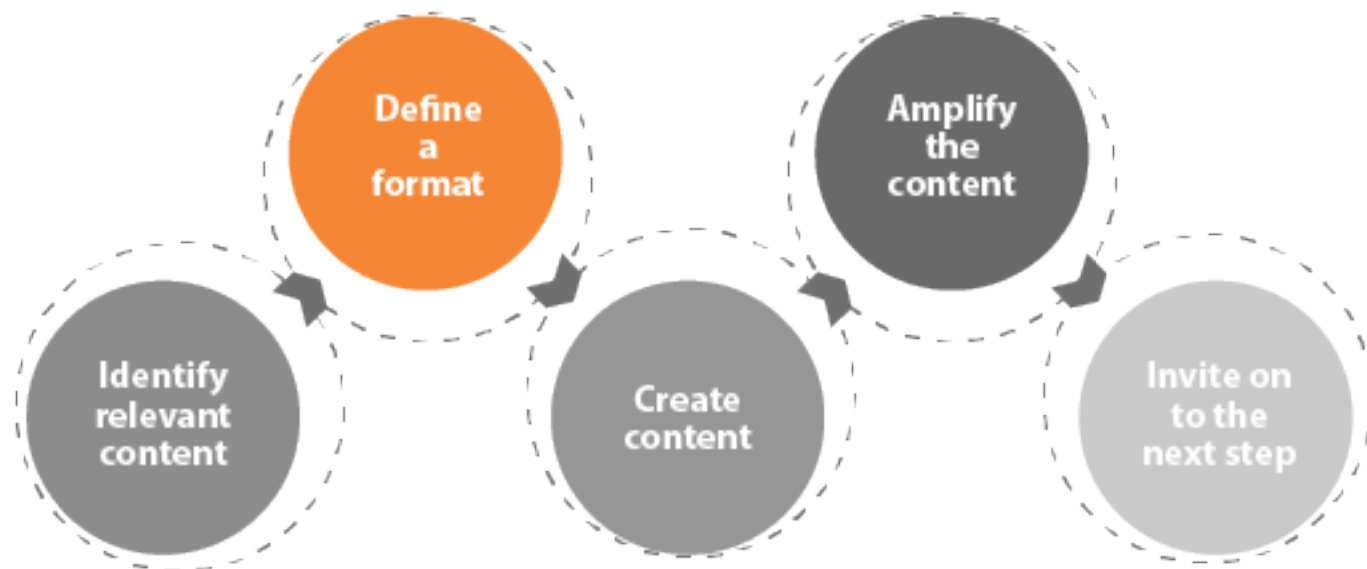
Suscríbase a personas que escriban sobre sus temas de interés, léalos habitualmente. También puede desarrollar sus búsquedas en otros blogs. En Google Blogs Search<sup>12</sup>, simplemente ingrese el tema que desea o la industria y de inmediato sale una lista de todo lo que puede ser útil para usted, de acuerdo a lo que ha buscado.

Incluso los comentarios en los artículos de los blogs. Si leen un artículo interesante, al final del artículo algunas personas hacen comentarios, hacen preguntas, el autor del artículo contesta, se crean debates y opiniones.

En esos comentarios hay nuevas fuentes de información, hay nuevas preguntas que podría responder.

## Paso 2: Definir el formato

Después de haber obtenido la información defina cuál es el formato en el que el contenido va a estar o el tema que será irresistible para su negocio ideal, lo siguiente es definir el formato en el que lo presentará.



En esta forma se especifica el formato de contenido de la información. Es importante seleccionar de todas las opciones que es lo que se discutió en formatos anteriores. ¿Usted escribirá en su blog todos los contenidos, grabará un video, entrevistará a alguien, escribirá un eBook o creará un reporte?

Estos criterios le ayudan a definir qué tipo de formato es el más factible para su negocio y los temas que quiere tratar

## Según la frecuencia de publicaciones

Si es un tema sobre el cual puede escribir una serie de artículos con regularidad, un blog puede ser la alternativa.

Sin embargo, si por la disponibilidad de tiempo no puede comprometerse a generar contenido regularmente, lo mejor será utilizar algún formato en el que pueda plasmar la información, sin que represente una periodicidad.

Por ejemplo, un libro electrónico o un reporte funcionan muy bien cuando es contenido específico sobre un tema importante en su sector. Incluso una infografía puede ayudarle a presentar un tema puntual de manera diferente, con la propensión a fluir en las redes sociales.

La información se puede generar mensual, se puede pensar en hacer un volante virtual que sirva como actualizador de las ediciones.

La , digamos una vez al trimestre, al semestre o al año, debe enfocarse en contenido que sea perenne, que permanezca en el tiempo y no en temas de actualidad.

La posibilidad de generar información es por evento, así que si alguien lo lee entro de dos año no hay diferencia a si lo lee hoy, no hay grandes diferencias. Igualmente no son temas que están a la moda. Se puede crear un eBook, como un kit o o hacer más seguido eventos con cliente ideales

**El tipo de formato se puede relacionar con la información que se adquiere.**

Frecuencia mayor las publicaciones (quinsenales/semanales) - Blog, artículos, boletines, tips, reportes.

Frecuencia media las publicaciones (bimestrales/mensuales) – Infografías, eventos virtuales, presentaciones, audios.

Frecuencia baja las publicaciones (trimestral/semestral/anual) – eBooks, kits, eventos presenciales, tests, plantillas

## Según el tipo de información

Esta parte hace referencia a la profundidad de la información. De qué nivel explicativo es, muy denso, complejo, o muy fácil de entender. Hay temas que son más lidosos de comprender que otros.

Contenido liviano/breve – blogs, audio, video, ejemplos, infografías.

Contenido más detallado/extenso – eBooks, reportes, guías y manuales, eventos

## Según el público objetivo

Que el negocio sea ideal depende mucho de para quien es, si para joven o adulto.

Los jóvenes en estas cosas son muy visuales, con respecto a las ilustraciones, y con respecto a contenido de la web y los videos; mientras que los adultos son más enfocados en los métodos de lectura y los acercamientos empresariales muy clásicamente, en reuniones, charlas y demás.

## Según la facilidad para crearlo

En este método usted debe elegir que formato le permite desarrollar con más precisión su organización de información.

Si no se siente de la mejor manera al escribir, no le gusta, y es muy incómodo sentarse a escribir en una hoja en blanco frente a el computador. Aquí en este caso es donde juega la buena idea de crear audio, y así esa información las transcribe a un documento.

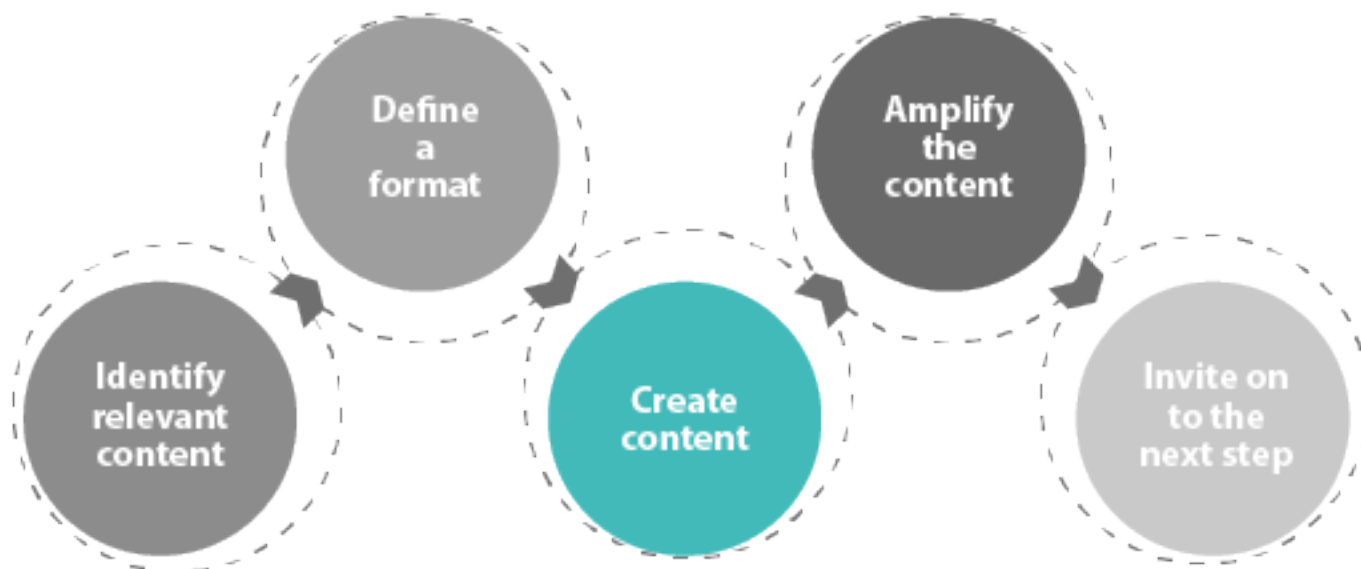


## Paso 3: Crear el contenido

Una vez tenemos claro el tema que queremos tocar, el siguiente paso sería crearlo, realizarlo y escribirlo.

Lo primero que debe hacerse es producir información. Esto requiere tareas como grabar el video, escribir, crear infografías.

Estas son algunas recomendaciones para tener en cuenta:



## Pensar en toda su composición

Así sea algo muy simple como un blog, siempre vea las cosas más haya como si fuera un principio o un final.

Se debe pensar en todo ya que todo es posible, como el punto del fondo , se debe pensar en que es lo que realmente quiere decir, cual es el mensaje que quiere generar y a partir de todo esto, debe empezar hacerse un trabajo más de fondo y empezar a crear.

Como recomendación empiece primero con tres o cuatro ideas y desarróllelas. Si no hay un centro que lo enfoque en lo que quiere hacer, puede terminar desarrollando otras actividades, o escribiendo otra cosa que no tiene nada que ver con lo que escribes en el título y lo que has ya planeado con tiempo.

Si tiene claro hasta dónde llegar y cuáles son los temas que va a desarrollar, será más fácil que ese contenido genere resultados, porque va a estar enfocado en la relevancia para su cliente objetivo.

## Tener claro el propósito del contenido

El contenido en general debe tener como mínimo un propósito muy claro por el cual va a crear.. El objetivo de generar tráfico sale siendo eficaz, porque la página debe ser muy completa, mientras más información tenga mucho mejor es. Esa es la finalidad del blog.

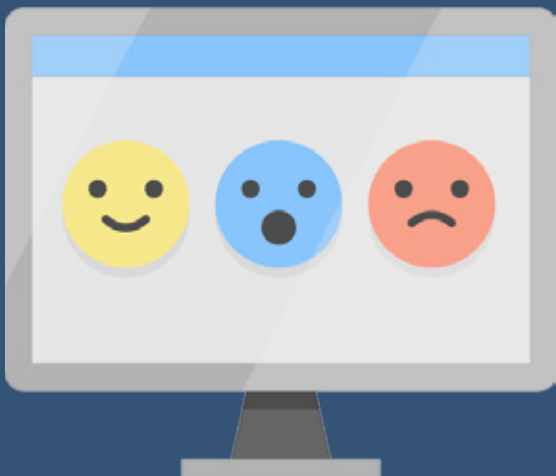
Si lo que desea es que a su página entre mucha información (sirve para mejorar el ranking en Google), es de mucha importancia poder crear muchos formatos, herramientas útiles, tests y todas las cosas que creas conveniente para desarrollar tu página completa e útilmente.

## Puede reutilizar el mismo contenido

El contenido siempre se puede presentar de muchas formas. El mismo tema en eBook, audio y video. Es solo darle un giro para crear enlace. Todos los artículos pueden unirse y formar un eBook. El eBook se puede convertir en alguna charla o conferencia personalizada. Se puede convertir en reporte también. Puede transformas la información colocándola en power point y hay diseñar de la manera que quieras todo el contenido y después pasarlo a Slideshare. Como también se puede hacer de manera más didáctica grabándolo para convertirlo en un audio libro.

El mismo tema puede manifestarse de maneras diferentes, a diferentes audiencias y con diferente diseño.

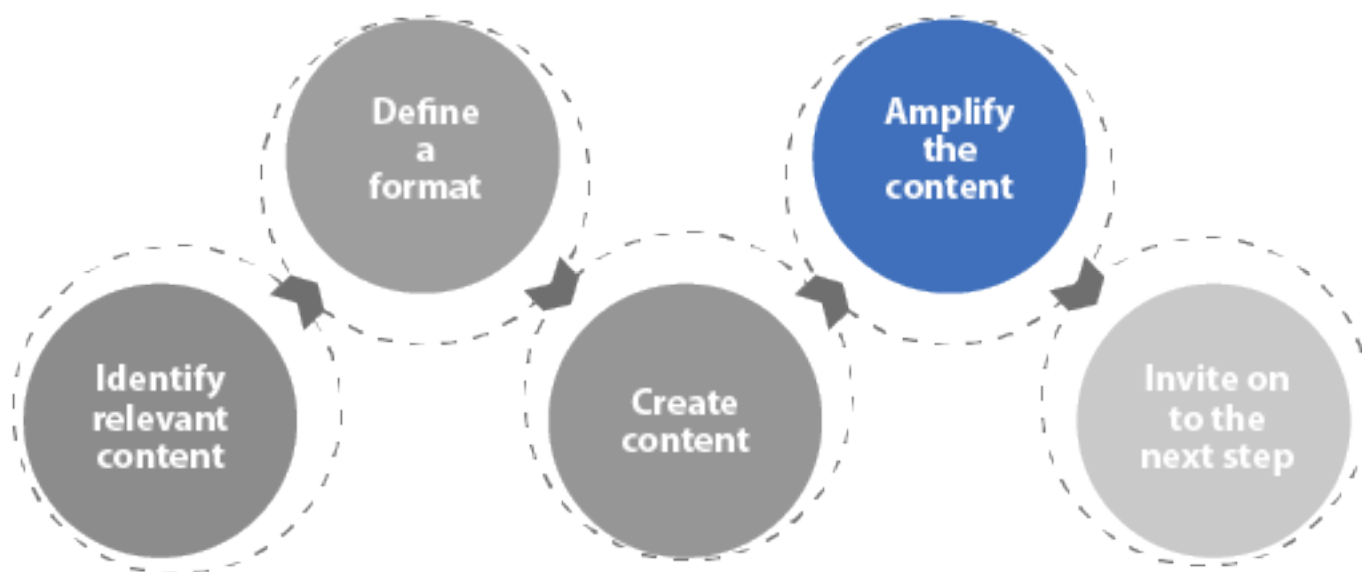
Esto genera que sea en un formato específico y pueda exponerse a mas audiencias, que están buscando ese formato. Hay personas que prefieren los textos y otras prefieren los audiolibros. Y eso permite que la información cada vez llegue a más personas con diferentes preferencias para el consumo de información.



## Paso 4: Amplificar el contenido

Ya cuando el contenido, la información esta lista, ya no se puede esperar más, hay que compartirla de inmediato por todos los medios posibles.

Se debe dar mucha importancia a las exposiciones de un mercado posible. ¿Por qué debe hacerse conocer? Porque está hecho para su beneficio, cuando este pueda conocerlo, estará mucho más cerca, y a medida de esto las posibilidades de que sea un nuevo cliente son muchas.



Este producto debe hacerse conocer y debe ampliarse, porque el contenido es muy bueno, pero esta "escondido" en una página solamente no sirve de a mucho, esta información debe salir, debe circular. Publíquelo en su página web y promuévalo en sus redes sociales.

Es necesario en estos proyectos invertir también, para que la publicidad sea grande. Los anuncios deben aparecer en las redes sociales, en páginas exclusivas de internet, incluso en la ciudad con grandes anuncios sobre los servicios de su empresa, o por lo menos el nombre que represente lo que se hace.

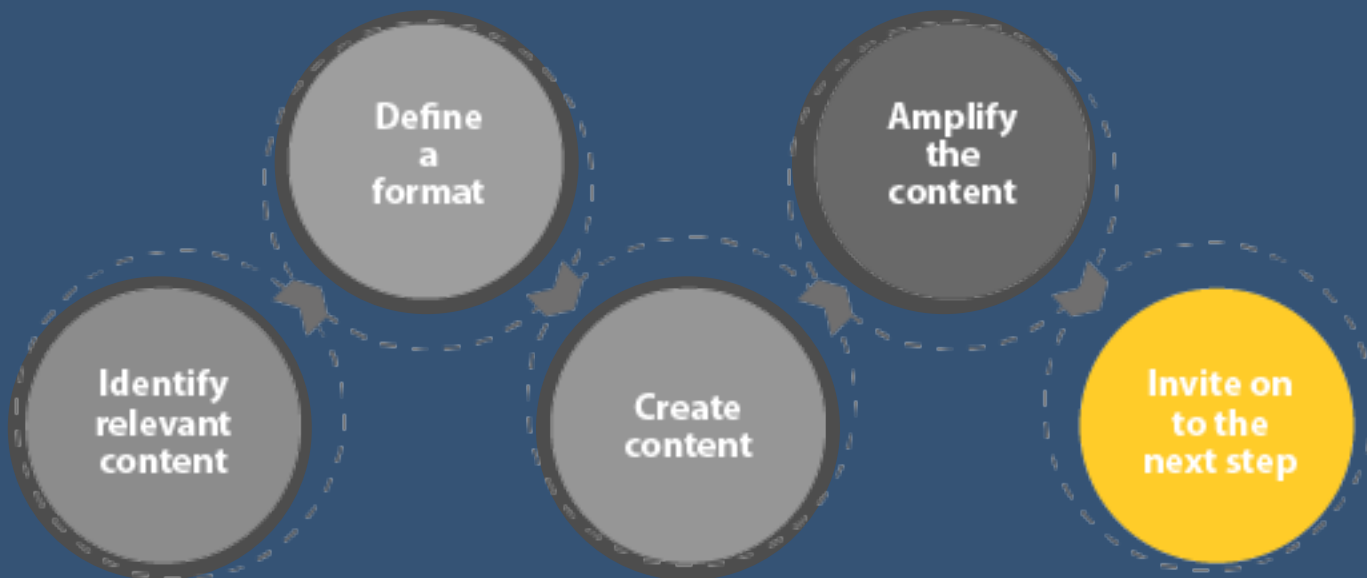
De esta manera es como la publicidad en realidad sirve. Invite además a conferencias que pueda compartir el contenido, para ofrecer a la descarga de su eBook o para que se suscriban a su nutritivo boletín.

Este contenido debe ser ofrecido a todos los aliados para que ellos también la compartan con sus aliados y toda la comunidad. Se puede crear a su vez un libro virtual, una información o un kit, que sea de uso para sus aliados y pueda funcionar a la perfección.



## Paso 5: Invitar a un siguiente paso

Después de lograr poner la gran información muy válida en las manos del cliente ideal, hay que encontrar la manera de llevarlo a una transformación. Aquí es donde debe asociar el contenido a la conversión.



Por ejemplo, si tiene consultas de orden ambiental para la industria, y pudo dar una charla para gerentes de Operaciones; lo que sigue después de la charla es invitar a todos los demás asociados (clientes ideales) a realizar un diagnóstico para resolver las quejas ambientales.

En este caso se puede ver vinculado propiamente el contenido que se vende. Este mismo es quien atrae las personas a la conferencia. Y aquí es donde uno define todo, es la hora de la verdad donde se prueba que tan útil es la información del contenido.



# En pocas palabras.....

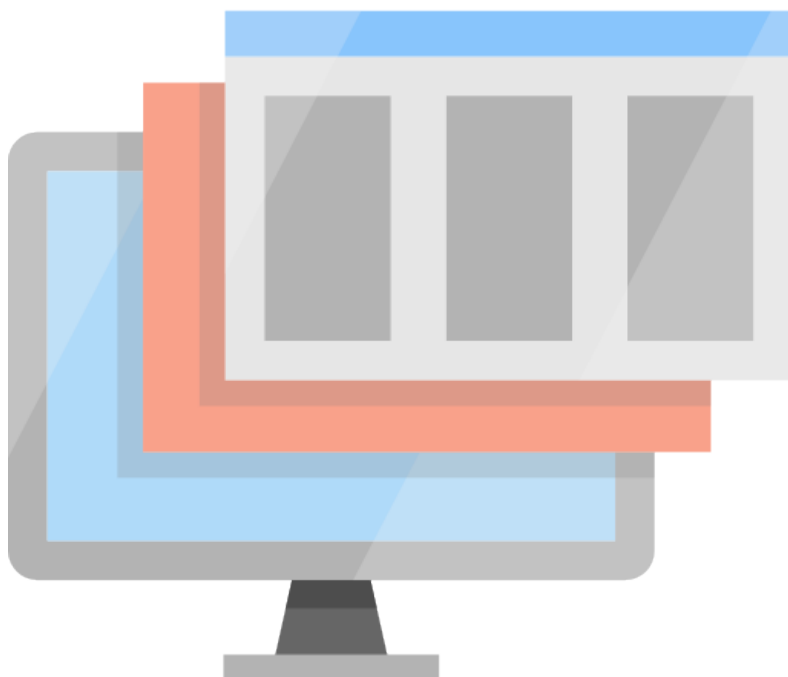
Contenido es información. Es tener la mejor información para atraer al cliente y obtener así una venta. Crear, desarrollar y hacer rotar la información sirve para muchas cosas:

- Para ser encontrado en las búsquedas de internet u otros medios
- Para tener una buena base de datos
- Para que las personas no solo busquen la información en las redes sociales, sino que también se enteren de la página web
- Para acercarse más a los clientes ideales por medio de aliados potenciales

Hay muchas herramientas con las cuales se puede edificar un buen contenido. Puede ser un blog, artículos, reportes, eBooks, audios, videos, listas de verificación o guías y manuales, entre otros de muchos. Aquí lo que se debe hacer es ajustarse al formato que mejor le convenga para la elaboración de su propio contenido.

## Para crear el contenido debemos tener presente 5 cosas:

- Identificar lo que realmente sirve
- Definir el formato que mejor se adapte a su búsqueda
- Planeación del contenido
- Amplificación del contenido
- Invitar y ofrecer siempre los pasos a los que el cliente siempre debe conocer





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

  [InstitutodeMarketingAgil](#)

 [imarketingagil](#)