

INSIDE EDGE

SU INFORME MENSUAL SOBRE LAS MÁS RECIENTES TENDENCIAS DE MARKETING DE INTERNET

Mayo 2014

[Versión Web](#) | [Versión para móvil](#)

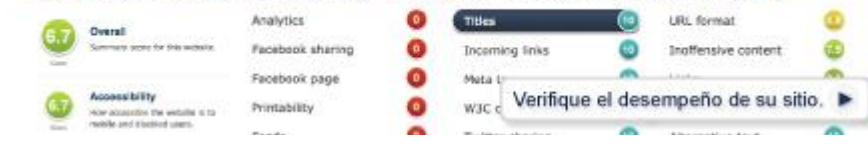
EN ESTE NÚMERO:

- [Errores en el Marketing de Contenido \(Content Marketing\) que están Matando su Estrategia](#)
- [Cómo Corregir su Marketing de Contenido](#)

CONNECTSE CON WSI:



Qué tan bien está funcionando su sitio web?



Vídeo WSI: "Atraiga Nuevos Clientes con Marketing de Contenido"



Errores en el Marketing de Contenido (Content Marketing) que están Matando su Estrategia

¿Está usted completamente involucrado?

Es de todos sabido que el marketing de contenido ha proliferado en los últimos años. Dondequiera que usted mire hay contenido, contenido y más contenido. Desde hace algún tiempo, los expertos del marketing han compartido el entusiasmo de que haya tantas empresas participando en esta efectiva táctica de marketing digital. Sin embargo, así como el contenido se ha multiplicado a una tasa cada vez mayor, se ha hecho también dolorosamente obvio el hecho de que la Internet está saturada con demasiado contenido.

Quizá usted piense que "si el contenido es tan increíble, ¿cómo es posible que haya demasiado?" El problema es el rango de calidades existente en cantidades tan grandes de contenido que se produce - y el desafortunado hecho de que la mayoría de ese contenido no es bueno. Existe una idea equivocada sobre el marketing de contenido que es aparentemente la raíz de muchas estrategias de contenido que enfrentan dificultades: [el contenido no trabaja en la forma que la mayoría piensa.](#)

Conforme se incrementa la demanda de contenido, las empresas y los

Estadísticas de Marketing

El contenido es la táctica de optimización de motor de búsqueda más efectiva - pero también es la más difícil de ejecutar:

- El 57% de los expertos en marketing han citado la creación de contenido como la táctica SEO más efectiva.
- El 47% cree que la creación de contenido es la táctica más difícil de ejecutar.
- El 74% de los que respondieron planean invertir más en marketing de contenido durante el siguiente año.

Haga clic para leer [el artículo de eMarketer.](#)

expertos del marketing han perdido de vista la función real del marketing de contenido. Cuando una empresa publica un posteo de blog y la gente lo lee, le gusta y lo comparte, el blog puede considerarse como un éxito. Sin embargo, muchas empresas creen que puesto que su contenido funcionó bien, cualquiera que lo lea inmediatamente comprará. [El contenido no funciona así.](#)

En realidad, el contenido tiene éxito cuando genera lectores, se le comparte y cuando, al final, se convierte en un recurso valioso para quienes lo leen. Cuando este proceso se repite muchas veces- como debiera ser-, se incrementan las posibilidades de que los clientes potenciales recuerden a su empresa cuando ellos (o alguien a quien ellos conocen) necesitan de sus productos o servicios. Éste es el propósito real del marketing de contenido.

Pasión por sus clientes

Esto significa que usted necesita que [su contenido se diferencie](#) para permitirle llegar a la cima de la cadena alimenticia. No hay razón por la cual deba dejar de crear contenido, pero tampoco puede ignorar el hecho de que cada vez es más difícil que el contenido llegue a suficiente gente para ser efectivo. Una de las formas más sencillas de empezar a repensar su estrategia de contenido es conociendo a sus clientes. En vez de plasmar en sus productos el interés potencial de su empresa y de sus clientes, primero demuestre pasión por sus clientes y por saber quiénes son ellos. Una vez que se haya familiarizado con los gustos, ocupaciones, tipos de personalidad, así como en las cosas que disgustan y en qué gastan dinero sus clientes, usted podrá ponerse en sus zapatos y *convertirse, en esencia, en un cliente.* ¿Qué mejor manera de saber qué tipo de contenido es el que desean leer?

Cómo Corregir su Marketing de Contenido

Claves para el éxito

Es posible que su estrategia de contenido esté enfrentando problemas, pero la buena noticia es que hay soluciones sencillas. Con la implementación de algunas de estos sencillos cambios, usted podrá tomar mejores acciones que su competencia:

- **Cree personajes:** crear personajes de clientes para los distintos tipos de gente que se interesa en sus productos o servicios puede hacer una significativa diferencia en sus esfuerzos de marketing. La creación de esos personajes le ayudará a entender mejor las necesidades de sus clientes y, por lo tanto, le dará una mejor base para la creación de mejor contenido.
- **Cree contenido:** una vez que haya comprendido quiénes son sus clientes, podrá comenzar a reflexionar sobre cómo es que cada personaje se mueve a lo largo del ciclo de compra. Es posible

En el blog de WSI

Lea algunos de nuestros contenidos de blog más recientes

- [Sesión de Webinar: Essential Tactics for Creating Content Your Customers Won't Ignore](#)
- [Resumen del Recurso: ¡Deje de lado el teléfono y ponga en práctica la venta por medios sociales!](#)
- [Documento: 5 Pasos para Dominar el Arte de las Ventas en Medios Sociales \(5 Steps to Mastering the Art of Social Selling\)](#)

PREGÚNTELE A WSI

Reciba más información de los expertos de WSI

Pregunta: La creación de personajes de clientes parece ser una tarea que demanda mucho tiempo, ¿en realidad es necesario?

Respuesta: Puesto que el no crear los personajes de los clientes y un mal enfoque del contenido son dos de los errores más críticos de contenido que las empresas cometen, la respuesta es definitivamente sí.

A final de cuentas, esto nos lleva a otra pregunta: ¿quiere practicar un marketing excepcional? El marketing extraordinario implica una gran responsabilidad, cuyo primer elemento es conocer a sus clientes como si se tratara de viejos amigos. En realidad, la creación de los personajes es un atajo para aprender sobre sus clientes y es un ejercicio del cual su empresa obtendrá un aprendizaje. Si usted no suele llevar a cabo investigación de mercado y construir sus productos y servicios con base en sus clientes, quién los comprará entonces. Es posible que usted vaya a tener problemas para vender - con y sin contenido.

El marketing de contenido no es fácil o rápido pero ciertamente es una de las estrategias de marketing digital en que usted puede invertir. Si usted no tiene el tiempo o la energía para hacerlo, no

que sus personajes se muevan a distintas velocidades, esto significa que hacen preguntas distintas y requieren respuestas diferentes. Entre más pueda desglosar el contenido y enfocarlo más específicamente, mejor será.

- Planee y programe: como sucede con todo, tener un plan hace que las cosas fluyan con más eficiencia. Es posible que no siga el plan al pie de la letra, pero al menos tendrá un mapa de ruta para programar su contenido, y su equipo podrá asumir responsabilidad de tiempos límite. Si usted deja su contenido para "cuando tenga tiempo", nunca le prestará la atención necesaria para lograr el éxito.

Hemos dado un esbozo de por qué debe reevaluar su estrategia de marketing de contenido. Para ser eficiente, el marketing de contenido demanda tiempo y compromiso total. Para más información y guía en el rediseño de su estrategia de marketing de contenido, [póngase en contacto con su Asesor WSI local hoy mismo!](#)

tema en delegar o tercerizar la tarea con expertos (y justamente ¡ahí es donde entramos nosotros!)

Para más información sobre cómo desarrollar una extraordinaria estrategia de marketing de contenido para su empresa o negocio, [póngase en contacto con su Asesor WSI local ahora mismo.](#)
