



Blog

10 Tips PARA BUSCAR

IDEAS PARA BLOGS CORPORATIVOS

El content marketing es una gran estrategia de promoción para tu marca. Generar contenido a través de un **blog corporativo** atraerá visitas a tu web, te hará ganar seguidores en redes sociales (si compartes el contenido), mejorará tu SEO y te posicionará como un experto en tu área de negocio.

Los hábitos de consumo actuales hacen que esta estrategia sea muy útil, porque **incide en la segunda y tercera fase del proceso de compra**. Primero, los consumidores se conciencian de la necesidad, luego buscan información, evalúan las opciones, hacen la compra, y por último la postcompra (recomendación a amigos, reseña, post en redes sociales).

Cuando los clientes quieren buscar información pueden llegar a tu web a través del blog corporativo. Si lo que leen les gusta, informa y convence, puede que compren y que incluso repitan.

Como ves, las razones para crear un **blog corporativo** son muchas. Pero, además, hay que destacar que el coste de los blogs corporativos es mucho menor que el de otras estrategias de marketing; incluso puede salirte gratis



Dos errores a evitar

CALIDAD CANTIDAD

Cuando te plantees escribir un artículo para tu blog, no pienses: "¿Sobre qué quiero escribir?". Esto es un error. En su lugar, piensa: "¿Qué quieren los lectores?"

El content marketing exitoso responde a una necesidad, es útil y relevante para la persona que lo lee.

Por otro lado, la calidad es mejor que la cantidad. De nada sirve publicar varios días a la semana si el contenido no es de interés para el público. Es mejor dedicar tiempo a crear escritos que satisfagan las exigencias del consumidor y que sean interesantes.

Una vez a la semana o cada 15 días es suficiente si el contenido es de calidad.

DÓNDE BUSCAR IDEAS PARA TU BLOG CORPORATIVO

Buscar ideas puede ser un poco intimidante al principio, pero una vez empieces acabarás viendo oportunidades para artículos en todas partes.

PREGUNTA A TUS CLIENTES.

Si tratas con clientes directamente, puedes preguntarles qué información echan en falta o les resultaría útil. Igualmente, puedes mirar qué preguntas os hacen más frecuentemente en redes sociales, formularios y por teléfono. Estos serán temas con visitas aseguradas porque responden a necesidades reales.

OBSERVA A LA COMPETENCIA.



¿Qué está haciendo tu competencia directa? Consulta las temáticas que tratan en su blog e inspírate. No copies textos literalmente nunca, además de estar aprovechándote del trabajo de otro, Google lo cataloga como contenido duplicado y lo penaliza.

BUSCA EN GOOGLE TRENDS.

Es una herramienta para buscar tendencias y comparar palabras clave. El apartado 'búsquedas relacionadas' da ideas sobre otros temas que los usuarios también están buscando.

USA GOOGLE SEARCH CONSOLE.

Esta otra herramienta de Google permite, entre muchas otras cosas, ver qué términos han buscado las personas que han llegado a tu web. Escribe sobre ello.

CONSULTA YOUTUBE.

Mira vídeos relacionados con tu sector. El contenido, otros vídeos recomendados y los comentarios te ayudarán.

MIRA EL TEMARIO DE CURSOS.

Busca cursos sobre la temática que te interese y consulta el temario. Se trata de temas suficientemente importantes poco para que formen parte de un programa de formación. Coursera, Udemy y Domestika son algunas de las plataformas donde mirar.

LEE ÍNDICES DE LIBROS.

Los índices dan buenos títulos para artículos. Hojea libros sobre tu área de negocio. Amazon te deja echar un vistazo a las primeras páginas de libros.

SIGUE LAS REDES.

Conéctate a las redes sociales y mira qué es trending topic en Twitter, sigue hashtags y a tu comunidad en distintas plataformas sociales para saber de qué se habla.

HABLA SOBRE TI.

Contar tu propia experiencia con la empresa y cómo has solucionado problemas puede ser muy interesante para otras personas. Además, es contenido original que otros pueden citar, lo que genera más visitas.

ANALIZA TUS REDES.

Fíjate qué publicaciones tienen más clics, vistas y comentarios y escribe sobre estos temas.

Algunas recomendaciones



CREA UN CALENDARIO DE PUBLICACIÓN

En cuestión de blogs corporativos, no vayas al día. Es mejor planificar sobre qué escribirás por adelantado. Haz una lista de temas y crea un calendario de publicación.

EXPLORA DISTINTOS FORMATOS

El texto no es el único formato que existe. Añade fotografías, capturas de pantalla, infografías, creatividades, destacados, gifs. Igualmente, puedes hacer content marketing en forma de podcasts, vídeos, cursos y guías descargables.

COMPORTE Y REUTILIZA TUS PUBLICACIONES

Invita a que los demás lean tus publicaciones a través de redes sociales, correos electrónicos y mensajería instantánea. También puedes adaptar el texto del blog para usarlo en otros canales, como redes y newsletters.



Si quieres crear tu blog, necesitas una página web, con un dominio y un hosting. Con Nominalia puedes registrar tus dominios y contratar diferentes modalidades de hosting. Si ya tienes un hosting con Nominalia y quieres abrir tu blog, tendrás asistencia técnica por teléfono cada día.