

# Marketing de Contenidos

## Formatos más habituales

### **Blogs**

Es una página web en la que publicas de forma periódica artículos sobre diferentes temas relacionados con la marca. Puedes incluir artículos de opinión, entrevistas, listas de recursos digitales, etc. Puedes situarlo en la propia web de tu marca, o en un dominio aparte.

---

### **Casos de éxito**

Son explicaciones verídicas, situaciones reales de personas o empresas que tengan renombre, que hayan triunfado en el tema que estás tratando. Puedes realizar una entrevista con la persona en cuestión y contarla en texto en el blog, en un vídeo...

---

### **Check lists**

Listado que sirve para recordar a los clientes o usuarios cosas que deben hacer, o que no deben olvidar al hacer una tarea. Es un formato muy práctico, útil y que los usuarios agradecen.

---

## **Ebooks**

Profundiza sobre un tema concreto y eso aporta valor al usuario. Son una manera eficaz de reforzar la credibilidad de tu negocio y tu imagen de marca. Puedes dividirlo en capítulos y optar por hacer varias entregas.

---

## **Encuestas**

Son muy útiles para conocer a tu buyer persona. Pregunta sobre sus preferencias, gustos, opiniones..

---

## **Guías**

En ellas puedes recoger y organizar el mejor contenido respecto a un tema y detallarlo paso a paso. Tiene que ser fácil de leer, de entender y de aplicar y será un contenido de gran utilidad para tu audiencia.

---

## **Infografías**

Son imágenes esquemáticas que tienen como objetivo informar de forma visual sobre un tema. Por ejemplo: la descripción gráfica de un proceso, de la explicación de algún tema, o de algún tipo de lista, etc. Son muy prácticas y efectivas.

---

## Libros blancos

Los *white paper* tienen como objetivo educar al lector sobre un tema con el que no está familiarizado. Le enseñas, le ayudas a entender un problema o una situación. Es decir, evitas que se quede en blanco sobre algo en lo que tú puedes ayudarle, de ahí el nombre.

---

## Listas de Tips o Claves

Dar tips o consejos siempre es información útil para los usuarios, más cuando lo haces acerca de un tema que dominas especialmente. Además, hacerlo en formato lista ayuda a captar interés y a organizar las ideas.

---

## Guías

En ellas puedes recoger y organizar el mejor contenido respecto a un tema y detallarlo paso a paso. Tiene que ser fácil de leer, de entender y de aplicar y será un contenido de gran utilidad para tu audiencia.

---

## Música

La música es un contenido clave si buscamos entretener a nuestro público. Puedes utilizar jingles, singles, álbumes, que vayan con tu imagen de marca. O puedes optar por producir tu propia música, en colaboración con algún músico famoso que favorezca el posicionamiento de la marca y posibilite su difusión. Con esta opción, claramente el coste será mayor, pero también lo serán su alcance y notoriedad.

---

## **Newsletter**

Es un email que mandas con cierta periodicidad y que suele contener novedades de la marca y artículos de interés sobre ella. Los que la reciben suelen ser suscriptores que previamente han mostrado interés en la marca y han solicitado recibir información por correo.

---

## **Podcasts**

Son audios publicados periódicamente que la audiencia puede descargar y escuchar cuando desee. Puedes adaptar por temáticas y hablar sobre reviews de productos, comentarios de actualidad, entrevistas con líderes del sector, espacios de opinión, etc.

---

## **Test / Quizzes**

Vincula las preguntas a tu marca o a algún tema relacionado. A la gente le encanta resolver tests y conocer el resultado. Es una forma de interactuar y conocer a tu público.

---

## Testimonios

Difundes el grado de satisfacción de tus usuarios, tus clientes, tus seguidores... Las recomendaciones y las buenas opiniones son fundamentales para tu marca. El formato el vídeo es uno de los mejores aliados. Si prefieres no usarlo, trata de incluir fotografías que transmitan veracidad y confianza.

---

## Tutoriales

Son una de las mejores maneras de explicar algo y compartir contenido de valor a audiencia. Suelen basarse en el 'paso a paso'. Permiten a nuestro público mejorar sus conocimientos en una determinada área y aumentar su confianza en nosotros como marca. Además, es uno de los formatos más buscados por los seguidores en la web.

---

## Videos

Son un formato fundamental para atraer la atención de los usuarios. Además, pasarán más tiempo en tu web lo que contribuye al SEO.

---

## Vlogs

Son el equivalente, en formato audiovisual, a los blogs o podcasts. Consiste en publicar de manera periódica capítulos con temas tan variados como interesen a tu audiencia, con el objetivo de entretener, informar, enseñar, inspirar o llamar a la acción al público. Puede contener entrevistas, repastos de actualidad, reportajes especiales, etc.

---

## Webinars

Las videoconferencias te dan la oportunidad de atraer a una audiencia en vivo y posicionarte como experto. Son sesiones en directo donde explicas un tema específico de gran interés para tu audiencia y ésta puede hacerte preguntas.

---