CURSO BLOGS

Parte 1: ¿Qué Publicar?

* Actividades (Celebraciones, reuniones, etc.) actividades que de la empresa que ayuden a profundizar la relación con el lector.
* Entrevistas (a personas de conocimiento en un rubro o expertos) y testimonios (de clientes satisfechos con alguna compra del Data) los testimonios deben hacerse pronto luego de la compra y “satisfacción” del cliente, si esperas puede que te digan que no.
* Preguntas frecuentes (escribir un blog de preguntas que los clientes y lectores te hagan frecuentemente, para aclararla y generar contenido)
* Tutoriales de utilidad (para educar a nuestro público objetivo en ámbito que queramos. Ej. ¿Cómo se descarga Power Bi?)
* Consejos prácticos (sobre un tema específico. Ej. 4 consejos para crear una buena vista en Power Bi)
* Noticias del Rubro (Noticias que podrían ser de interés para los lectores del blog, pero nunca temas polémicos)
* Listas o Ranking (sobre cosas de interés para el lector)
* Documentar (Si no logras terminar la investigación de un artículo, documentar el proceso de investigación y aprendizaje puede hacer de un buen artículo)

Revisión de productos y servicios nuestros (explicar en qué consiste, no hacer spam ni obligar a la venta. Deben ser máximo el 10% de las publicaciones)

\*MUY IMPORTANTE RITMO DE PUBLICACIÓN de nada sirve publicar una vez al mes. Debe ser al menos de 2 a 3 veces por semana siempre el mismo día, ojalá siempre a la misma hora o rango de hora (si tienes un boletín de promoción de los artículos al mail de los clientes, sirve mucho la constancia en cuanto a horario)

Parte 2: Consejos para escribir artículos

* Debe tener más de 1.000 palabras (450 mínimo) para que Google lo considere contenido de calidad.
* Debe tener ETIQUETAS adecuadas (son frases de varias palabras que son cómo el lector nos buscaría en Google. Debe ser más de una palabra porque con una palabra la competencia es muy amplia) Siempre es bueno usar el título como guía.
* Todo el contenido debe ser original (Tomar muy en cuenta el CopyRight y derechos de autor).
* Debe tener ENLACES internos (Hacer referencia en palabras o frases que usamos en el artículo a otros enlaces de nuestra página como otros artículos, etc. O puede ser enlaces a páginas de otros) es cómo cuando Wikipedia pone una palabra en azul subrayada dentro de un texto y al presionarla te lleva a otra página.
* Utilizar Subtítulos para diferenciar los párrafos del artículo
* Hacer un Llamado a la Acción (incentivar al lector a que deje un comentario o nos contacte. Ej. “deja tu mail aquí y suscríbete a nuestro boletín semanal” “Para más preguntas llamar al…”).

Parte 3: Importancia de la Introducción La Introducción es muy importante para lograr captar lectores, si la introducción es interesante entonces alguien seguirá leyendo mi artículo.

Las Instrucciones deben tener varias características como: Ser sencillas, enfocarse sólo en el tema a tratar, no asumir que el lector sabe algo de lo que estoy hablando (usar términos simples y de conocimiento popular o en su defecto siempre explicarlos antes)

* Se debe definir el público objetivo y generar interés en ellos (ej. Si escribo artículos para una universidad preguntarse ¿me estoy dirigiendo a los alumnos o profesores? y creo interés usando un vocabulario para captar a mi público objetivo, si son los profesores puedo usar un vocabulario mas científico y hablar de temas más avanzado, por el contrario, si son los alumnos, debo simplificar mi vocabulario y apuntar a un aprendizaje inicial).
* Definir entorno y rubro del negocio
* Definir el conocimiento del lector (Se define con el público objetivo)

OBS: la mejor forma de definir el público objetivo es con el Título (más simple si son alumnos, más científico si son profesores)

Parte 4: Preguntas y Llamados a la acción Es muy importante SIEMPRE al final del artículo invitar al lector a interactuar con nosotros, ya sea por medio de una pregunta (“Dejanos tu opinión sobre el tema en los comentarios” o “¿Cuál consideras tu sería otra razón de la importancia de los IPT?”) o por medios de Llamados a la Acción (“Si te gustó este artículo suscríbete a nuestro boletín semanal”)

* Formulario de contacto, es dónde se hacen las preguntas, un tipo de Llamado a la Acción, el lector ingresa su nombre y mail y escribe su pregunta, esto es útil así el lector no nos tiene que enviar un mail personalmente, este contacto nos llega directo en formato de mail y así lo respondemos.
* Página de Captura, Una forma de Llamada a la Acción que consiste en ofrecer algo al lector a cambio de información cómo su mail (Subscribite y tendrás en 20% de descuento en tu primera compra)

OBS: Se recomienda sólo 1 llamado a la acción por artículo (puede ser 1 llamado a la acción y 1 pregunta)

Parte 5: Categorías de un Blog Es importante para estructurar el contenido tener entre 5 a 10 categorías en dónde deben ser clasificados los tipos de artículos que tengo. Esto Ayuda a distribuir contenido y a facilitar la navegación, es bueno también poner un menú en el costado del cada artículo con las categorías y un buscador interno.

Parte 6: Etiqueta Potencian el título en cuanto a aparecer en los motores de búsqueda.

* Son frases cortas (no solo una palabra) con las cuales los lectores podrían intentar buscar información en un motor de búsqueda (Como buscarías tu algo en Google)
* Debe escribirse en minúscula y sin caracteres especiales (puede ser la primera letra en Mayúscula para más notoriedad)
* Hay dos tipos, de 2 a 3 palabras (deben ser la mayoría de las etiquetas el 80%) y de 4 a 5 palabras (deben ser la minoría de las etiquetas, el 20%)

Ej. Si estoy intentando vender mi casa: Frases de 2 a 3 🡪 “Vendo Casa” “Vendo vivienda” “Venta de casa”

Frases de 4 a 5 🡪 “Venta de lugares habitacionales”

Parte 7: Imágenes Siempre que una imagen no diga nada, se debe asumir que es CopyRight.

Es muy importante usar sólo las imágenes Creative Commons y/o CopyLeft para no tener problemas, más allá de una demanda, si alguien te denuncia entonces Google te puede vetar y eso te dejaría como una cuenta fantasma, sin ser parte de las búsquedas del motor y dejándote sin tránsito orgánico. (Se pueden sacar imágenes de Flickr.com y canva.com entre otros)

Parte 8: Convertir videos e imágenes a texto. Es importante que todos los videos propios los subtitules en español y ojalá en inglés para que el motor de búsqueda reconozca el contenido y te ayuda a que se pueda buscar más fácilmente. El motor de búsqueda no reconoce el contenido de videos e imágenes más allá del título, por lo que subtitularlos ayuda a ampliar la búsqueda. Es bueno también que, si publicas un video en tu blog, lo transcribas en el blog para que esté disponible para dos tipos de consumidores diferentes (a veces los tutoriales de cocina son así, se escribe la recetas paso a paso y además suben un video con el paso a paso).

Parte 9: Revisión grupal artículos Los errores de escritura y ortografía aumentan cuando escribimos sobre un tema que tengamos más experiencia o sea más específico.

* Primera revisión debe ser personal (del redactor) quien más sabe sobre el tema
* Segunda y tercera revisión debe ser de personas diferentes que no sepan sobre el tema y se enfoquen en ver si se entiende y si está bien redactado.

OBS: Conservar el ritmo de publicación es lo más importante así que si un artículo no está perfecto, no importa, lo importante es publicar, luego se puede republicar o escribir otro artículo de corrección.

Parte 10: Tips para escoger temas y redactar artículos

* Definir temas prohibidos. Más allá de definir sobre qué temas escribir, debemos saber de qué no vamos a escribir (Por ejemplo, de política)
* Tener fuentes y referencias contantes y confiables. Siempre es bueno tener fuentes y referencia de otros blogs o canales de YouTube, etc. Que sean confiables y nos ayuden a inspirarnos además de educarnos sobre temas
* Tener una lista de temas mensuales te ayuda a no estar perdiendo tiempo pensando sobre qué escribir. Se recomienda pensar con anticipación y así ayudar a mantener el ritmo.
* Considerar el tiempo de investigación. Se debe considerar al menos 30 minutos de investigación por 5 días o 1 hora por 3 días para poder estar medianamente informado sobre un tema. No se puede escribir sin tiempo de investigación.
* Preguntas frecuentes y comentarios. Es bueno responder preguntas frecuentes de tus lectores, además estas (en conjunto de otros comentarios que yo podría considerar interesantes) te dan ideas para escribir artículos.
* Curación de contenido. Es importante además del contenido propio, citar contenido interesante de otros y agregar valor, es decir opinar o agregar otra cosa (regla 70/20/10 se explica más adelante).
* Noticias, es una alternativa de curación, hablar sobre un anoticia de interés y agregar valor.
* Técnica del Rascacielos. Se trata de tomar un artículo ya posicionado e inspirarme en él para escribir un artículo aún más largo (rascacielos) es decir tomarlo de inspiración y agregar valor.

Parte 11: Posicionamiento Web Tener en consideración que el 1er buscador más usado es Google y el 2do YouTube así que debemos enforcanos en ellos de sobremanera.

* Factores que influyen. Dentro de estos están:

1. todos los On page (Título, descripción, etiquetas, sitemaps, tiempo de carga, etc.) En cuanto al tiempo de carga es muy importante disminuirlo lo más posible, la herramienta [www.developers.google.com/speed/pagespeed/insights/](http://www.developers.google.com/speed/pagespeed/insights/) ayuda a ver razones por las que tu tiempo de carga podría estar enlentecido.
2. Ritmo de publicación (es lo más importante y debe ser constante).
3. Actividad Social. Los me gusta, rt, etc. ayudan mucho a subir en el algoritmo de búsqueda de Google.
4. Enlazar otras páginas a tu web (fidedignas y ya establecidas) ayuda a mejorar la visión del algoritmo en cuanto a contenido y calidad del contenido.

* Consejos:

1. No hacer SEO de sobrero negro. El castigo si te descubren, es quedar como cuenta fantasma, sin interacciones orgánicas dejando el dominio “muerto” la única solución es partir de nuevo.
2. No desesperarse, se debe considerar que es un trabajo de mediano a largo plazo, probablemente no tendrás resultados hasta los primeros 6 meses.
3. Enfocarse siempre en la calidad de los artículos y ritmo de publicación (no todos los artículos deben ser de calidad, pueden ser algunos superficiales, pero no todos).
4. Siempre revisar Google Analytics pata revisar tu tráfico orgánico y cómo va creciendo tu blog. Además, ayuda a ver qué es lo que a tus lectores les interesa más.

Parte 12: Moderación de comentarios y consultas

* Los comentarios SIEMPRE deben ser respondidos dentro de 24 a 48 horas (asignar un horario todos los días para responder comentarios ayuda).
* Debes responder para incentivar a otros a comentar, que sepan que eres un blog que responde y así generas más consultas (más consultas es más nuevo contenido para el algoritmo de Google, por lo que te ayuda a subir).
* Se recomienda moderar los comentarios (aprobarlos o editarlos antes que aparezcan, esta aprobación debe ser rápida, 24 horas dentro de hecho el comentario)
* Al largo plazo (cuando tengas muchos comentarios) se deben responder solo los comentarios relevantes (que aporten valor, que sean de posibles consumidores, que generen conversación).
* Es bueno llevar un registro de las consultas relevantes (para hacer un artículo de preguntas frecuentes u otro artículo de ese tema)
* Siempre es bueno contestar la pregunta en el blog (para que todos vean) y además mandar la respuesta por mail (el lector debe poner su mail para hacer la pregunta) ya que es más probable que el lector revise su mail más seguido que el blog y lo incentiva a volver a entrar.

Parte 13: Responder a comentarios negativos Los comentarios negativos también generan valor, nos hacen ver más honestos al responderlos (no siempre todos los comentarios son positivos) además de que ayudan a aclarar dudas que otros usuarios pueden tener (si es necesario dependiendo del comentario llevar la conversación a una situación privada “lamentamos esta situación por favor Contactanos vía mail para solucionarla”)

* Evita el impulso inicial, no debes apresurate a responder, siempre tomate tu tiempo y analiza la situación (tomate de 24 a 48 hrs para responder).
* Define un filtro básico, debes definir qué tipo de comentarios son los que siempre serán eliminados (ej. los que contengan groserías, los spams, etc.)
* Define un esquema de moderación. Es MUY IMPORTANTE definir criterios de moderación y redactar un procedimiento, nuestro blog tiene una personalidad y valores, por lo que se debe mantener la calidad siempre, no sólo al escribir los blogs, sino también al responder los comentarios por lo que redactar un procedimiento ayuda a quienes respondan comentario y no sea yo.
* Tener en cuenta las consecuencias y perspectivas, hacerme preguntas e investigar al respecto (¿es real lo que publica? ¿es un cliente? ¿es un posible cliente?, etc.)

Parte 14: Redes Sociales Si decides tener alguna RRSS debes considerar que se le debe dedicar suficiente tiempo (al igual que el blog, no sirve si publico una vez al mes)

* Considerar qué redes sociales utiliza tu público objetivo (no perder tiempo en todas las RRSS, sólo enfocarse en las que consume tu público objetivo).
* Las RRSS deben “replicar” tu blog porque cada usuario consume el contenido de forma distinta, quizá alguien no vaya a visitar nuestro blog si dejamos el link, pero lea una publicación de Facebook.
* A diferencia del blog, publicar de 2 a 3 veces a la semana en mi RRSS social no es suficiente para establecerme (depende la red social la cantidad de veces al día que hay que publicar) por lo que debo darme el tiempo de crear otro contenido.
* No todo el contenido debe ser igual (no debo publicar fotos todos los días o videos todos los días, etc.).
* Las RRSS tiene la labor de mandar los lectores a nuestra web y/o blog, no al revés

Parte 15: Regla 70/20/10

* 70% del contenido debe ser propio (hecho por mi)
* 20% debe ser de otros (curación de contenido o publicación de noticias) cito a alguien más y agrego valor (compartir datos de otros genera credibilidad, no debe ser competencia directa) Ej. El INE publicó el primer balance sobre desempleo del 2021…. Y se da una opinión al respecto.
* 10% debe ser contenido promocional de mis productos y servicios.

Parte 16: Consejos extras sobre redes sociales

* NUNCA acosar a familia y amigos para que te sigan en las RRSS, ya que si no están verdaderamente interesados y te siguen por compromiso te pueden “mutear” y eso genera mucho daño dentro de RRSS como Facebook.
* No intentes conseguir likes ficticios (SEO) el castigo es muy grande.
* Lee y respeta los términos y condiciones de las RRSS que usas, al final del día esas cuentas no te pertenecen sino a Facebook.
* Una buena mediad de éxito (en una fanpage de Facebook por ejemplo) no son la cantidad de seguidores, sino la cantidad de consultas que obtienes desde la Fanpage (pueden ser posibles clientes) Si te enfocas sin sentido a conseguir seguidores puedes perder el enfoque de tu público objetivo.