

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

**BLOGS Y GENERACIÓN DE
CONTENIDO**

¿Qué es un Blogs?

Un blog es un sitio web que contiene artículos o entradas de texto, imágenes, videos u otros medios, que se publican de manera regular y están organizados en orden cronológico.



Los blogs suelen ser utilizados para compartir información, opiniones, experiencias o conocimientos sobre un tema específico.

Características del blog

Lo que diferencia al blog de otros tipos de sitios web radica básicamente en la naturaleza de sus publicaciones.

A continuación, mostramos algunos de los elementos esenciales que ha de tener un blog:

1.-Publicación periódica.

Para que el blog pueda resultarnos útil, es importante ser constantes en nuestra actividad.

Cada cierto tiempo han de publicarse nuevos artículos que, de manera secuencial, desplacen al anterior y se conviertan en el artículo actual.

2.-Contenido dinámico.

Es muy importante que la información que proporcionemos en el blog esté actualizada, por lo que debemos estar al tanto de las novedades relacionadas con nuestro ámbito de interacción.

3.-Formato funcional y accesible.

La información ha de estar dispuesta de tal modo que resulte fácil a la lectura: tipografía adecuada, clasificación de los artículos por categorías o etiquetas, fijación del contenido que queramos resaltar, etc.

4.-Toque personal.

Conviene tener en cuenta que el blog es un sitio web mucho más personalizado que el que se da en otros medios.

Por tanto, hemos de intentar destacar nuestra seña de identidad, para que nuestra empresa sea más fácilmente identificable.



5.-Canal de comunicación emisor-receptor.

El blog ha de concebirse como un lugar de interacción, por lo que el autor del mismo suele dirigirse al lector visitante a través de la forma coloquial de 2ª persona.

Ofreciéndole además la posibilidad de conversar con él a través de los comentarios.

Ventajas y desventajas de los blogs

1.- Ventajas

La oportunidad de acceder a nuevos mercados gracias a la creación de redes de interacción, a través de las cuales una empresa pueda publicar en el blog de otra.

La posibilidad de generar ganancias adicionales por vía indirecta (como, por ejemplo, a través de la publicidad).

Lograr un buen posicionamiento del blog dentro de los motores de búsqueda.

Esto permite que, cuando un usuario coloque una palabra en el buscador (sea Google, Firefox, Safari, etc.), sea la página web de tu empresa la que salga en los primeros resultados.

Para ello, existen una serie de estrategias y técnicas de optimización que hacen que una página web aparezca de manera orgánica en los buscadores de Internet (SEO, Search Engine Optimization).

La posibilidad de estrechar lazos con tu audiencia gracias a la creación de contenido de valor, posicionándote de manera positiva en la mente del cliente.

2.-Desventajas

Perjuicio en la reputación de tu empresa si no generas contenido en base a una correcta investigación de mercado.

Requiere de una elevada inversión en tiempo.

Es por ello que muchas empresas cuentan con personal específico para la creación de contenido.

Es preciso contar con conocimientos sobre SEO para elaborar una estrategia efectiva. De lo contrario, nuestro contenido no llegará lejos lo que deseamos.

Se trata de un medio de generación a largo plazo.

En este sentido, la constancia se presenta como una virtud fundamental.



La Generación de contenidos

La generación de contenido en el marketing digital se refiere a la creación y publicación de contenido relevante y valioso para atraer y retener a una audiencia objetivo, con el fin de impulsar objetivos de negocio como generar leads, aumentar ventas o mejorar la visibilidad de la marca.

Los blogs son una herramienta importante en la generación de contenido en el marketing digital, ya que permiten:

1. Establecer autoridad y credibilidad en un tema o industria.
2. Atraer tráfico orgánico a través de SEO.
3. Generar leads y conversiones.
4. Fomentar la engagement y la interacción con la audiencia.
5. Compartir conocimientos y experiencias.
6. Diferenciarse de la competencia.
7. Mejorar la visibilidad y reputación de la marca

Algunos tipos de contenido que se pueden publicar en un blog son:

1. Artículos de opinión o análisis.
2. Tutoriales o guías.
3. Casos de estudio o éxito
4. Noticias o actualizaciones de la industria.
5. Entrevistas con expertos.
6. Reseñas de productos o servicios.
7. Contenido de entretenimiento o educativo.



La calidad y relevancia del contenido son clave para atraer y retener a la audiencia, y para lograr los objetivos de negocio.



