

Pensamiento Administrativo

Dedicados a divulgar los mejores conocimientos y prácticas de administración de las organizaciones y empresas.

2020-01-20

Seis ventajas principales y 4 condiciones para crear tu blog corporativo.

¿Cuáles son las ventajas de crear un blog corporativo? Conoce las 6 principales.

Por Erico Mafra. Emprendices.



Seis ventajas principales y 4 condiciones para crear tu blog corporativo.

En el mundo de los negocios, el blog es un medio utilizado por las empresas que buscan diferentes formas de destacarse en el mercado. Esta estrategia permite crear una presencia online consistente, posicionarse en los buscadores para ser fácilmente encontrado, atraer visitas y clientes potenciales, y mucho más.

Para que entiendas en la práctica cuáles son las ventajas de un blog corporativo, en este artículo profundizaremos en su historia y características para que te animes y empieces la creación del tuyo ahora mismo.

¿Qué es un blog corporativo?

El blog corporativo es un **espacio online dedicado a la publicación de contenidos estratégicos para generar oportunidades de negocio**, o en otras palabras, más ventas.

Aunque su objetivo está enfocado en la conversión, el blog no debe ser un muestrario explícito de productos o servicios, sino una forma de conducir al cliente hasta la compra por medio de contenidos de calidad.

Todo el contenido producido en la **creación de un blog** corporativo debe atraer, generar interacción y valor para las personas con el fin de crear una percepción positiva de la empresa y, de ese modo, aumentar las transacciones comerciales.

¿Cómo nacieron los blogs corporativos?

Los primeros blogs en Internet surgieron desde experiencias personales de

Entradas populares



Drucker Fórum 2018: Humanizando el management.

Drucker Fórum 2018: humanizando el management. Por Xavier Marcet. Sintetia. Drucker Fórum 2018: Humanizando el management El Peter D...



Drucker Forum 2019: El Poder de los Ecosistemas.

El Poder de los Ecosistemas (Drucker Forum 2019) Por Xavier Marcet. Sintetia. Drucker Forum 2019: El Poder de los Ecosistemas ...



Las empresas ya no serán lo que fueron. El futuro del empleo.

Las empresas ya no serán lo que fueron Por Julen Iturbe-Ormaetxe. Consultoría artesana en red. Las empresas ya no serán lo que fuer...



4 tipos de frustraciones y 10 formas de superarlas.

Visión: ¿Oportunidad o frustración?. Por Dr. Ariel Orma López. El Rincón del Coach. 4 tipos de frustraciones y 10 formas de supera...

Si matamos el lago se muere Villarrica
Los pueblos anglosajones urbanizan dejando al río en el centro de la ciudad, como espacio público privilegiado. En cambio, los pueblos latín...



Las 10 Escuelas de Estrategia de Mintzberg y 10 dilemas del estratega.

Gestión Estratégica: Síntesis integradora y dilemas abiertos. Por Teodoro Wigodski. Universidad de Chile. CEGES. Las 10 Escuelas...



Veinte ideas sobre comunicación a tener en cuenta en 2020.

20 ideas sobre comunicación a tener en cuenta en 2020. Por Cristina Aced. Blog-O-Corp. Veinte ideas sobre comunicación a ten...



Gestión de Proyectos. Definiciones, herramientas y restricciones.

La Gestión de Proyectos. Por Daniel Blanco. Blog de Daniel Blanco. Gestión de Proyectos. Definiciones, herramientas y restriccion...

Cómo superar diez malos hábitos que impiden tu éxito.

usuarios que vieron en este formato una forma de contar sus vivencias, sentimientos, aprendizajes, viajes, entre otros.

Si bien empezaron como un “diario personal”, no tardó para que se convirtieran en una fuente de información para personas que tenían, de algún modo, afinidad con los temas compartidos.

Por otro lado, las empresas utilizaban la web reproduciendo las mismas técnicas del marketing tradicional. Anuncios, pop-ups y publicidades circulaban en Internet con el objetivo de conquistar más ventas.

Hasta que finalmente el mercado percibió que los usuarios no sólo navegaban para comprar, sino también para consumir **contenido relevante**. Y así nacieron los primeros blogs corporativos, como el Channel 9 de Microsoft en el año 2004, y muchos otros que identificaron las oportunidades del marketing de contenidos en el mundo digital.

6 ventajas de un blog corporativo para las empresas

Al principio de este artículo, mencionamos que el objetivo de un blog corporativo es la generación de oportunidades comerciales.

Para lograr este objetivo, las empresas producen una serie de contenidos útiles para el público, es decir, **contenidos que presentan algún beneficio, resuelven un problema, esclarecen una duda o enseñan algo al lector**.

La creación de un blog corporativo trae consigo muchas ventajas — además de las ventas, y puedes conocerlas a continuación.

1. Convertirse en una autoridad del segmento

Al producir contenidos valiosos, la empresa puede transformarse en una referencia sobre el segmento en el que actúa.

Los lectores confían en las marcas que comparten contenidos sin que necesariamente tengan que consumir sus productos o servicios, lo que permite que el negocio se convierta en una fuente confiable de información y se ubique un paso adelante de sus competidores.

2. Mejorar el posicionamiento en los mecanismos de búsqueda

Mecanismos como Google, **trabajan constantemente para filtrar sus resultados** y corresponder a las expectativas de búsquedas de sus usuarios.

Uno de sus criterios de clasificación es la **calidad del contenido**: cuanto más agrega valor, mayor es la posibilidad de que figure en la primera página de los resultados.

Así, un blog relevante aliado a una estrategia de optimización para motores de búsqueda, hace con que los usuarios encuentren el negocio con tan sólo algunos clics.

3. Ahorrar con una estrategia más barata y accesible

Esta es una de las principales ventajas que lleva muchas empresas a invertir en este canal.

Crear y mantener un blog corporativo es más barato que otras acciones de marketing digital y permite alcanzar resultados de forma orgánica, es decir, sin la necesidad de pagar para obtener visitas.

Para comenzar, la única inversión necesaria está en la adquisición de un dominio y un hosting para alojar el blog. Lo demás, requiere tiempo y conocimiento para



diez ...

Los diez malos hábitos de las personas que no tienen éxito. Por Jesús A. Lacoste. Blog de Jesús A. Lacoste. Cómo superar



Siete técnicas para superar las 6 emociones frecuentes del fracaso. Las 6 emociones frecuentes del fracaso: técnicas para superarlas. Por Daniel Colombo. Emprendedores News. Siete técnicas para ...

Pensamiento Administrativo

Seis ventajas principales y 4 condiciones para crear tu blog corporativo. - 20/1/2020 - manuelgross

Datos personales

manuelgross

[Ver todo mi perfil](#)

Feedly



Visitantes



Páginas vistas en el último mes



Suscribirse a

- Entradas ▼
- Comentarios ▼

Follow by Email

Email address...

Mis diarios personales

* **Pensamiento Administrativo** en Paper.li.

* **Manuel Gross** en Tweeted Times
* **Hoy Día** en feedly.com

producir los artículos, ¡y esto puedes hacerlo tú mismo!

4. Difundir la voz de la empresa

El blog es un canal por el cual las empresas demuestran sus valores, su misión y visión.

Todos los contenidos producidos en un blog transmiten la identidad del negocio y, por esa razón, son muy utilizados para comunicar la voz de la empresa y generar empatía y percepción de marca por parte del público.

5. Crear una relación con el público

Al hablar de relación con el público, es bastante común que las empresas piensen inmediatamente en canales como las redes sociales. Pero esos no son los únicos medios que posibilitan generar una interacción entre marca y usuarios.

Los blogs corporativos van más allá de una comunicación de vía única, una vez que también permiten que los visitantes comenten y compartan los contenidos.

6. Capturar potenciales clientes

Uno de los propósitos del blog es atraer posibles interesados por el producto o servicio de la empresa. Esto se hace a través la captura de la información de contacto del potencial cliente y se puede conseguir mediante la oferta de materiales ricos, como ebooks, videos o la suscripción en la newsletter del blog, por ejemplo.

Enseguida, este contacto pasa a ser calificado por los equipos de marketing y ventas, que seguirán nutriéndolo con contenidos que lo hagan recorrer la jornada hasta el momento de la compra.

¿Qué se necesita para realizar un buen blog corporativo?

Crear un blog no es una tarea compleja, sin embargo, requiere algunos cuidados y esfuerzos para alcanzar su objetivo.

Como en cualquier estrategia de marketing, la planificación es un factor clave para que tus contenidos sean efectivos para la audiencia de tu negocio. Algunos puntos que debes considerar en tu planificación son:

Persona

La persona es la representación semi ficticia del público objetivo de tu negocio. Este perfil será el responsable por guiar toda la estrategia, desde las pautas de contenido hasta la forma en la que te comunicarás con los lectores de tu blog.

Definición de formatos

Elige cuáles serán los formatos que harán parte de tu blog. Videos, webinars, podcasts y listas, pueden servir para dar más dinámica al contenido, además de los artículos escritos tradicionales.

Calendario editorial

Para que mantengas una consistencia en la publicación y organices tu estrategia, es muy importante que cuentes con un calendario editorial. Este documento sirve para programar y documentar qué temas serán abordados y en qué momento serán producidos y publicados.

Dominio, hospedaje y CMS

Este paso suele ser un poco más técnico y el que requiere una inversión. Puedes encontrar bastante información y tutoriales en internet que podrán ayudarte con las configuraciones de tu blog, o si deseas, puedes contar con la ayuda de un profesional de TI.

Resumidamente, el dominio será la dirección de tu blog en la web y debe estar

Referencias

Reinventar las Organizaciones

Business Study Notes

Ciencia de la Administración Aplicada

104 strategic management models

Basic management models and theories

640 management models

Free Management Library

Leadership theories

Libros de Management

Management Methods, Models and Theories

MBA and Management Dictionary

Archivo del blog

▼ 2020 (33)

▼ enero (33)

Seis ventajas principales y 4 condiciones para cre...

¿Por qué fracasan los directivos? Cinco errores y ...

Gestión de Proyectos. Definiciones, herramientas y...

Liderazgo e inteligencia emocional: Los dos aprend...

La panza del empresario: El coeficiente de Gini y ...

Pereza dialéctica, mundo blandengue. Las ventajas ...

Seis fases del proceso de reclutamiento y selecció...

Las empresas ya no serán lo que fueron. El futuro ...

Estrategia Personal, ¿eres táctico o estrategia par...

5 claves de comunicación para un líder con pensami...

Cómo superar diez malos hábitos que impiden tu éxi...

Siete técnicas para superar las 6 emociones frecue...

La física cuántica: Desde las pseudociencias al pe...

30 formas de identificar al trabajador mediocre y ...

Cómo aplicar 5 habilidades del liderazgo lateral c...

acorde con el nombre de tu negocio.

Una vez que elijas y registres tu dominio, debes decidir por un proveedor de hospedaje para que puedas alojar tu blog en un servidor, el local que será la «casa» de tu blog.

Ya el CMS se refiere al sistema de gestión de contenidos, y se trata de la estructura responsable por crear las páginas, generar vínculos y volver tu contenido navegable. **Algunos ejemplos de CMSs son WordPress y Joomla.**

¿Cómo medir la eficiencia de este canal?

Los blogs corporativos cuentan con KPIs, o en español, indicadores clave de rendimiento, que demuestran cómo el blog está performingo y si está, de hecho, alcanzando los resultados esperados.

Algunas de las métricas que mejor traducen esta información son:

- **Páginas vistas:** el promedio de páginas visitadas por el usuario en una sesión.
- **Visitantes únicos:** visitantes distintos que el blog recibe en un determinado período de tiempo.
- **Visitantes recurrentes:** usuarios que vuelven a visitar el blog.
- **Tiempo de permanencia:** muestra el tiempo que el visitante permanece en el blog.
- **Porcentaje de rebote:** la cantidad de usuarios que se van del blog sin realizar ninguna acción.
- **Procedencia de las visitas:** indica el origen de las visitas, si vienen de las redes sociales o de los motores de búsqueda, por ejemplo.
- **Suscriptores:** número de usuarios que se suscriben al blog.

Estas y otras métricas pueden ser vistas a través de **Google Analytics**, una herramienta gratuita de Google que permite analizar el comportamiento de los usuarios en tu página web.

Conclusión

Hemos llegado al final de este artículo y esperamos que todas las ventajas del blog corporativo planteadas aquí te hayan convencido que este canal puede hacer toda la diferencia para tu negocio, funcionando como una fuente amplia de adquisición de clientes.

Recuerda realizar una planificación previa de tu blog para garantizar el éxito de tu estrategia y observar las métricas más importantes para **asegurarte de que estás brindando contenidos que realmente hacen la diferencia para tus visitantes.**

Artículo escrito por Érico Mafra, consultor de Marketing de Contenidos.
22 diciembre 2019

Licencia:

No especificada.

Érico Mafra

Luego de concluir la carrera académica de Periodismo, comencé una transición al Marketing de Contenidos. Mi actuación profesional se ha enfocado en el segmento de Marketing Internacional, teniendo como pilares la globalización de

Gestión del talento en la transformación digital:

...

Veinte ideas sobre comunicación a tener en cuenta ...

Cinco claves de gestión organizativa para impulsar...

5 claves de la resiliencia cuando las cosas se tue...

Cuatro tipos de socios que debes evitar en tu empr...

Startups: 41 Consejos de emprendedores experimenta...

5 consejos claves para una entrevista de trabajo p...

El efecto Zeigarnik: Lo que está sin terminar pued...

El líder como coach. La matriz de 4 estilos de coa...

El noble arte de perder el tiempo en la era de lo ...

Gestión del tiempo: La matriz Importante / Urgente...

Cinco consejos para construir tu "Perfil ABC" en e...

Aplicación de la Matriz BCG a 4 tipos de relacione...

Tu emprendimiento en 2020: 6 factores de la capaci...

Desarrollo personal: 10 puntos para cultivar el te...

Paradojas de la agilidad: Tensión entre empatía e ...

6 claves de implementación exitosa de tecnología e...

Sistemas complejos: "Aprender a bailar" para no pe...

► 2019 (583)

► 2018 (418)

► 2017 (660)

► 2016 (448)

► 2015 (119)

► 2014 (54)

► 2013 (32)

► 2012 (22)

► 2011 (8)

► 2010 (20)

► 2009 (7)

► 2008 (4)

► 2007 (4)

una estrategia de contenidos digitales y el posicionamiento de marca para mercados extranjeros.

Marketing de Contenidos | SEO | Marketing Internacional

Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

<https://www.linkedin.com/in/ericomafra/>

Fuente: Emprendices

Imagen: blog-corporativo.jpg

Del mismo autor: [Érico Mafra](#)

- - Seis ventajas principales y 4 condiciones para crear tu blog corporativo

Artículos relacionados: [blog corporativo](#)

- - Seis ventajas principales y 4 condiciones para crear tu blog corporativo
- - 8 claves para desaprender y aprender comunicaciones en la empresa
- - Los cambios en la comunicación: Complejidad, Velocidad, Versatilidad
- - Guía para una comunicación eficaz: Con el personal, comunidad y prensa
- - Siete consejos para usar las redes sociales corporativas
- - 7 fases del modelo de comunicación interna con redes sociales
- - Evolución de las redes sociales como herramientas de comunicación
- - Descripción y comparación de 7 principales teorías de comunicación

Publicado por manuelgross en [2:14:00](#)



Quilpué, Chile Quilpué, Valparaíso, Chile

No hay comentarios:

Publicar un comentario

Introduce tu comentario...



Comentar como:

[javimartinalon](#) ▼

[Cerrar sesión](#)

[Publicar](#)

[Vista previa](#)

☐ Avisarme

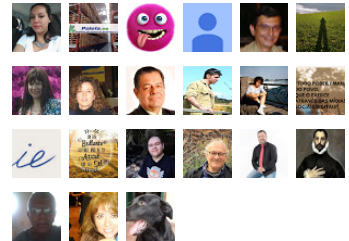
Enlaces a esta entrada

[Crear un enlace](#)

- ▶ [2006](#) (12)
- ▶ [2005](#) (10)
- ▶ [2004](#) (2)
- ▶ [2003](#) (2)

Seguidores

Seguidores (40) [Siguiendo](#)



[Seguir](#)

[AddToAny](#)

[Página principal](#)

[Entrada antigua](#)

Suscribirse a: [Enviar comentarios \(Atom\)](#)

Licencia Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual CC BY-SA . Tema Fantástico, S.A.. Con la tecnología de [Blogger](#).