

Manual de estilo WeAreContent

1. Nuestra marca

¿Quiénes somos y qué queremos?

En esta parte debes especificar a qué se dedica la empresa, cuáles fueron sus inicios y cómo ha sido su evolución hasta la actualidad. Así mismo, se puede incluir información sobre su filosofía: los objetivos y valores.

Objetivo: ¿qué es lo que quieres?

Visión: ¿a dónde quieres ir?

2. Público objetivo

Este aspecto es muy importante pues define a quién va dirigida la información que provee la empresa. Reconocer y caracterizar al target no solo te permite establecer una comunicación más asertiva con aquellos que ya son usuarios y fidelizarlos, sino que además permite captar público potencial.



3. Cómo hablamos

Tono

En esta parte debes explicar cómo quieres hablar con tu público y comunicar la esencia de tu marca. De esta manera, piensa:

- ¿Cuál es el trato que quieres darle a tus clientes?: si quieres que la comunicación sea cercana o más formal.
- En qué persona gramatical les vas a hablar: primera, segunda, tuteas o usteas.
- ¿Cómo quieres que se exprese tu marca?: utiliza recursos como el humor o el sarcasmo.
- ¿Qué tipo de lenguaje vas a usar?: simple o más técnico o especializado.

Este aspecto no solo permite mantener el mismo tipo de comunicación dentro de la empresa, sino que guía a colaboradores externos a la hora de crear contenido para la empresa, pues proporciona lineamientos claros que permite utilizar la misma voz.

4. Uso del lenguaje

En este espacio debes incluir normas y reglas gramaticales actualizadas, y unificar los términos que puedan ser de uso común, por ejemplo, si en tu empresa se habla de moneda extranjera es importante definir cómo se debe nombrar: USD, US\$, dólares, \$, la idea es que todos hablen un mismo lenguaje.

Identifica los términos comunes y unifícalos, recuerda especificar todos los detalles como si los porcentajes van a estar pegados a las cifras o si vas a usar coma o punto en los decimales, etc.

5. Estilo

En este espacio se debe especificar qué tipo de estilo se va a utilizar dentro los textos.

Por ejemplo:

- Fuentes: define acá si vas a usar normas internacionales de citación como APA, MLA o alguna otra.
- Citas textuales: ¿vas a poner itálica a tus citas o no? ¿Vas a manejar citas a pie de página?
- Excepciones: vas a aplicar las normas de la Real Academia de la Lengua Española o vas a usar tratamientos especiales para ciertos términos como nombres propios, cargos o profesiones.
- Negrilla: ¿pondrías todo tu texto en negrilla? Entonces que palabras serán las apropiadas para resaltar. Aquí puedes definir eso.

Ortografía y normas de gramática

Aprovecha este espacio para dar ejemplos de las reglas ortográficas donde la gente comete más errores. Recuerda incluir páginas de consulta como la RAE.es o Fundeu.es

Qué debemos evitar

En este aparte se deben incluir todos los temas, conceptos, terminologías, entre otros que no se deben usar cuando se esté hablando con el público; ya sea porque pueden herir o confundir al público, generar una comunicación pobre o afectar a la marca.

6. Cómo presentamos la información

Estructura del contenido

En este espacio debes especificar qué recursos se utilizan para organizar los textos de acuerdo a la información que estás presentado. Dependiendo del tema puedes presentarlo en varios formatos como versus, texto con bullets, guías, ranking, paso a paso, entre otros. Estos son unos ejemplos:

Título	Tema 1 vs. Tema 2															
El primer párrafo es el gancho del artículo, así que sé conciso y concreto. Debe invitar a la gente a leer el texto.	El primer párrafo es el gancho del artículo, así que sé conciso y concreto. Debe invitar a la gente a leer el texto.															
Intertítulos Usa este espacio para introducir otras ideas <ul style="list-style-type: none"> • Bullets • Bullets • Bullets 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tema 1</th> <th>vs.</th> <th>Tema 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Xxxxxxx</td> <td></td> <td>xxxxxxx</td> </tr> </tbody> </table>	Tema 1	vs.	Tema 2	Xxxxxxx		xxxxxxx									
Tema 1	vs.	Tema 2														
Xxxxxxx		xxxxxxx														
Xxxxxxx		xxxxxxx														
Xxxxxxx		xxxxxxx														
Xxxxxxx		xxxxxxx														
Usa este espacio para poner notas, destacados, cuadros de texto e información importante que no ha sido desarrollada en el texto. Cifras: 5% 4.5peronas 100	Usa este espacio para poner información importante, datos curiosos a modo de conclusión.															

7. Instrucciones de SEO

Para estar bien posicionado en los buscadores, además de contar con contenido de calidad debes aprender sobre SEO:

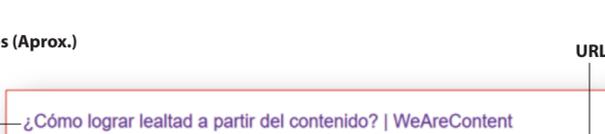
- Analiza tu competencia.
 - Define tus palabras claves y úsalas en el texto.
- Hay herramientas que te pueden ayudar a seleccionar tus palabras clave como:
- WordStream
 - KeyWord Tool
 - Google KeyWord Planner
 - Majestic SEO
 - Übersuggest

- Define tu descripción meta y tus etiquetas, hazlas atractivas.

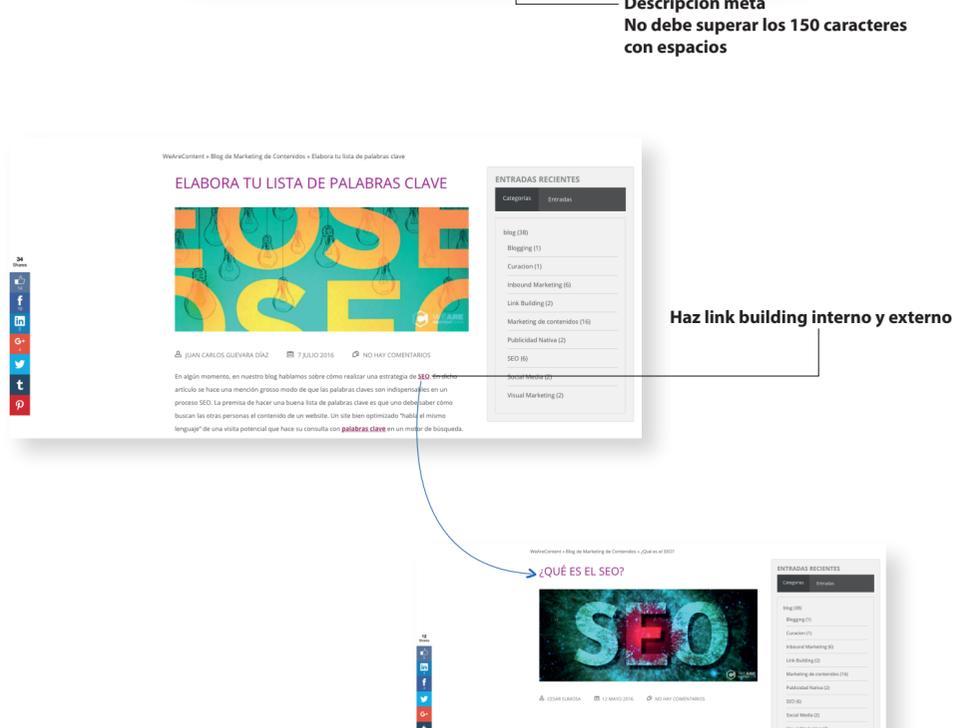
Etiqueta del título

Máximo 65 caracteres (Aprox.)

URL



Descripción meta
No debe superar los 150 caracteres con espacios



ELABORA TU LISTA DE PALABRAS CLAVE

ENTRADAS RECIENTES

- Blog (10)
- Blogging (1)
- Curacion (1)
- Inbound Marketing (6)
- Link Building (2)
- Marketing de contenidos (16)
- PUBLICIDAD NATIVA (2)
- SEO (8)
- Visual Marketing (2)

Haz link building interno y externo

¿QUÉ ES EL SEO?

El contenido, un buen aliado para tu estrategia de SEO

- Mide tus resultados para optimizar tu estrategia. Según los objetivos que planteaste (más tiempo en tu sitio, más shares, más número de visitas, etc.) en tu estrategia de SEO podrás, mediante alguna de las herramientas de medición como Google Analytics o Omniture, corroborar si se están cumpliendo.

Estos son algunos de los aspectos a tener en cuenta a la hora de construir tu estrategia de SEO, te invitamos a que visites nuestro blog para que aprendas más.