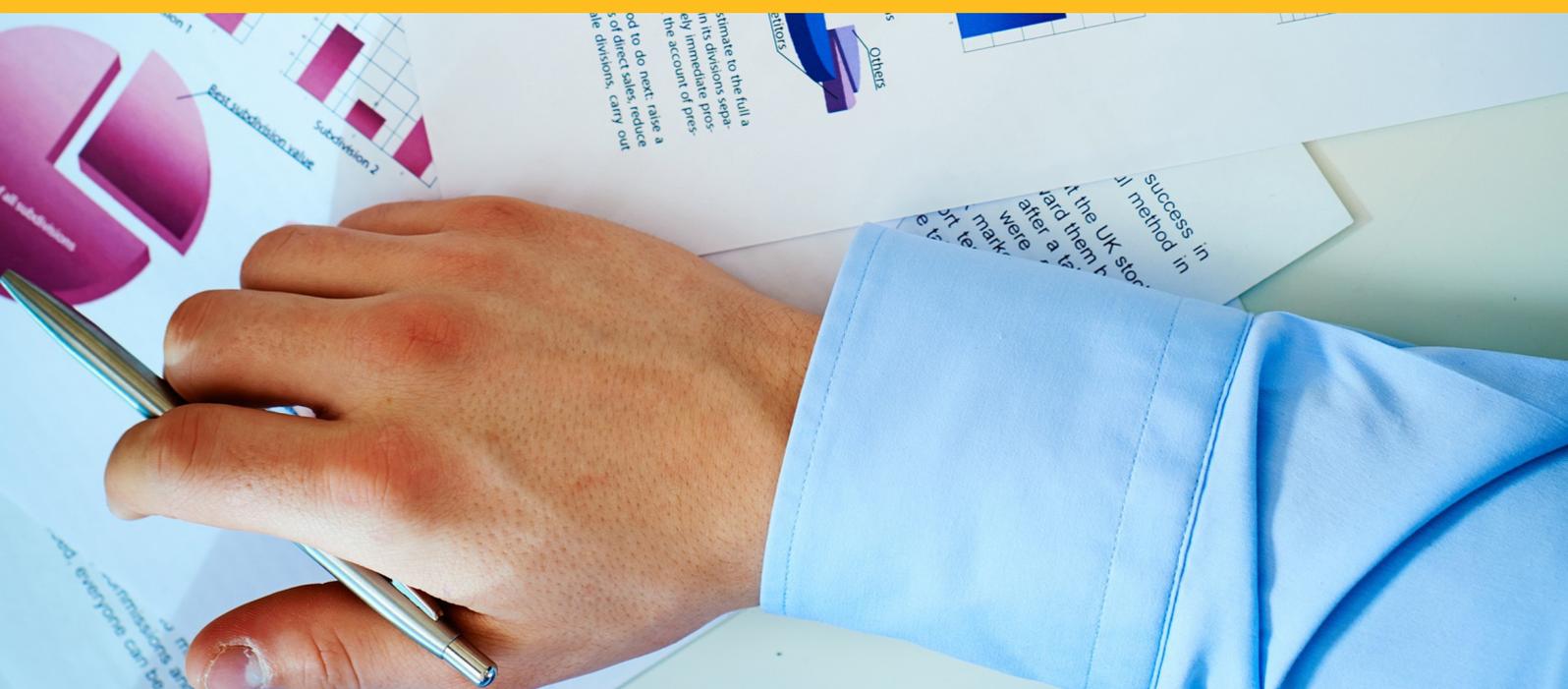




Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos



Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

Tabla de contenidos

1. El marketing de contenidos incrementa el engagement	3
2. El marketing de contenidos incrementa la notoriedad de la marca	4
3. Una buena estrategia de marketing de contenidos es mucho más económica que el marketing tradicional	5
4. El marketing de contenidos incrementa las ventas	6
5. Una buena estrategia de marketing de contenidos incrementa los leads	7
6. El marketing de contenidos incrementa el tráfico hacia el sitio web de la marca	8
7. El marketing de contenidos potencia el posicionamiento de la marca en buscadores	9
8. El marketing de contenidos alimenta la ejecución de estrategias de marketing integrales	10
9. El marketing de contenidos atrae clientes inesperados	11
10. El marketing de contenidos muestra el lado humano de la marca	12

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

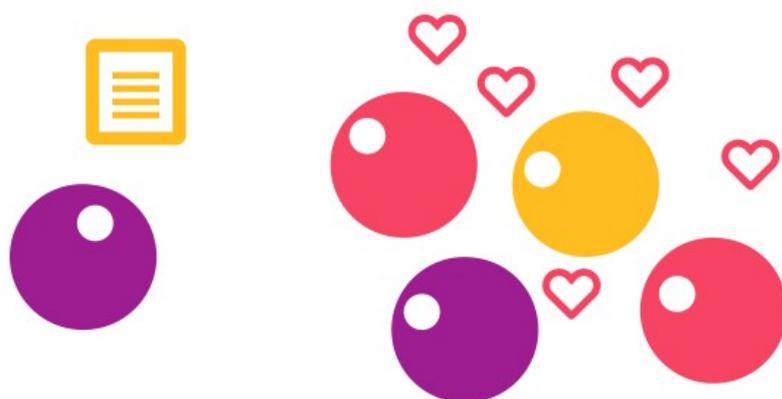
Es claro que hay que hablar de las ventajas de una *estrategia de marketing de contenidos* en una época en la que la comunicación y el contenido son los principales protagonistas de nuestro día a día. La publicidad tradicional poco a poco va cediendo terreno a nuevas técnicas de *marketing* menos invasivas, más integradoras, que aportan un valor mayor a los usuarios y públicos.

Ya es un hecho que las tácticas de *marketing de contenidos* empleadas por empresas de todos los ámbitos (tanto las que se orientan B2C como las que encuentran su mercado en el B2B) tales como el *social media marketing*, los blogs, los *ebooks*, etc. están presentes en la vida cotidiana de la mayor parte de los usuarios de Internet.

Desarrollar una *estrategia de marketing de contenidos* puede comprender innumerables ventajas para una marca o una compañía, en lo relativo a potenciar sus resultados y alcanzar sus objetivos de comunicación e incluso de negocio. Beneficios que las marcas ya no pueden seguir ignorando, y que vamos a proceder a explicar en este *post*.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

1. El marketing de contenidos incrementa el engagement



Generar contenido segmentado a diferentes nichos de nuestro público, puede producir un incremento de la interacción con ellos. A pesar de que seamos una marca que se dirija a una audiencia amplia, sin duda los individuos que la conforman pueden dividirse en segmentos con intereses muy particulares.

Mientras que algunos pueden estar más interesados en contenidos prácticos o formativos (guías, *ebooks*, manuales...) otros pueden estar buscando un contenido más enfocado al entretenimiento. Incluso, hay públicos más propensos a la lectura, mientras que otros prefieren los materiales audiovisuales.

El hecho de generar este contenido afín a los gustos de nuestra audiencia puede incrementar automáticamente el interés de la misma por consumirlo en distintos canales (incluido las redes sociales), y la respuesta que puede generar supondrá de forma directa un incremento en nuestra interacción con ellos.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

2. El marketing de contenidos incrementa la notoriedad de la marca



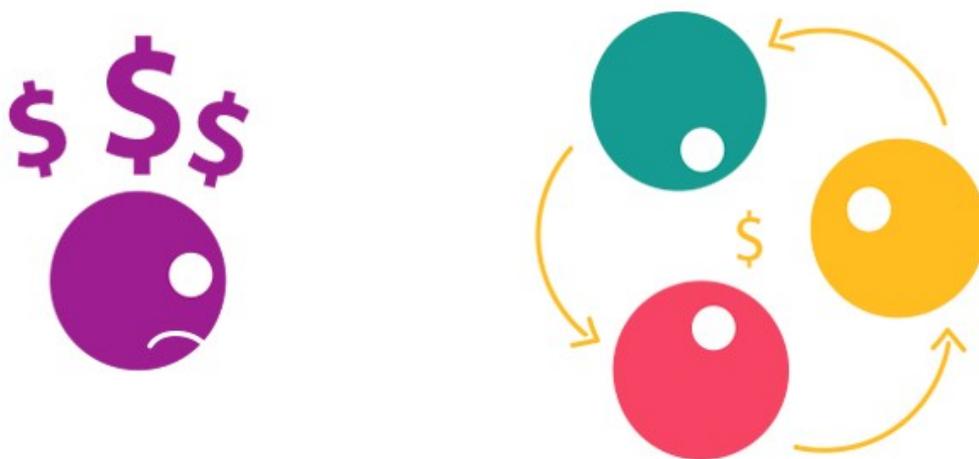
Este incremento de la interacción descrito en el apartado anterior supone un fortalecimiento de las relaciones con nuestros consumidores. Proveer un contenido de calidad que sea percibido como tal puede posicionar a nuestra marca como líder de opinión, experta en los temas que expone y a los que dedica su negocio, y este incremento de autoridad percibida se traduce automáticamente en un incremento de la notoriedad de la marca.

Al convertir nuestra marca en una más notoria y con mayor autoridad, los consumidores pueden confiar más en ella y pensar que nuestra marca “sabe lo que hace”, así, nuestra audiencia puede estar más dispuesta a gastar su dinero en los productos o servicios que ofrezcamos.

Diversos estudios han demostrado que al menos uno de cada dos usuarios digitales se siente influenciado por el contenido que consume en Internet (reseñas en blogs, artículos en redes sociales, etc.) a la hora de realizar una compra o elegir en que producto o servicio gasta su dinero. Por tanto, una estrategia de marketing de contenidos de calidad y bien llevada a cabo guarda una relación directa con un aumento de los ingresos de la marca que la ejecuta.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

3. Una buena estrategia de marketing de contenidos es mucho más económica que el marketing tradicional



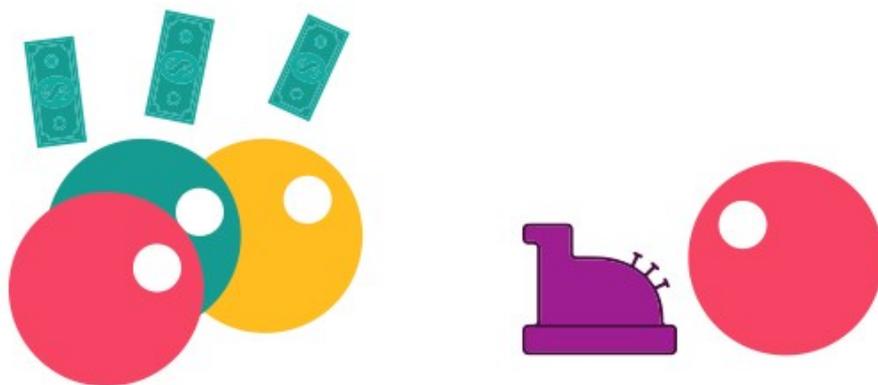
Realizar correctamente técnicas de *marketing de contenidos* es más rentable que la mayoría de tácticas alternativas de mercadotecnia, sin importar del canal al que nos refiramos (digital o no digital).

Por el alto valor que supone para nuestro público el contenido que generamos, llegar a él e impactarlo requerirá de menos esfuerzo por nuestra parte que el que demanda cualquier otra técnica de *marketing*. Al fin y al cabo, el *marketing* de contenidos está englobado dentro de las herramientas del llamado *inbound marketing*, que está enfocado en que los clientes encuentren nuestra marca y no al revés, y que ha demostrado requerir de la mitad de inversión que las técnicas de *marketing outbound* para conseguir los mismos resultados.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

Además, los recursos que necesita una buena *estrategia de marketing de contenidos* pueden ser cubiertos de forma interna por una compañía, involucrando no solo al departamento de *marketing*, sino a otros departamentos de la empresa, y ahorrando costos al no depender de terceros o de recursos humanos adicionales. Si quieres profundizar te invitamos a que leas el siguiente [artículo](#).

4. El marketing de contenidos incrementa las ventas

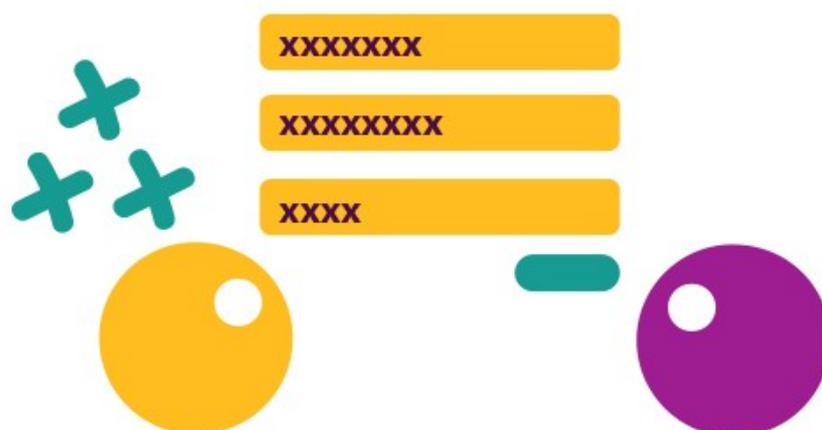


Así de simple: realizar *marketing* de contenidos incrementa los resultados económicos de nuestra empresa. Según la organización Custom Content Council, hasta un 55% de los consumidores se sienten más atraídos a comprar productos o contratar servicios de aquellas marcas que los proveen de contenidos personalizados y que perciben como de valor.

Crear contenidos personalizados nos da la oportunidad, como marca, de explicar desde una posición de autoridad y confiable cuáles son los beneficios de usar nuestros productos o contratar nuestros servicios. Hacer entender esto con mayor facilidad a nuestro público provoca que este se convierta con mayor rapidez en cliente o consumidor.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

5. Una buena estrategia de marketing de contenidos incrementa los leads

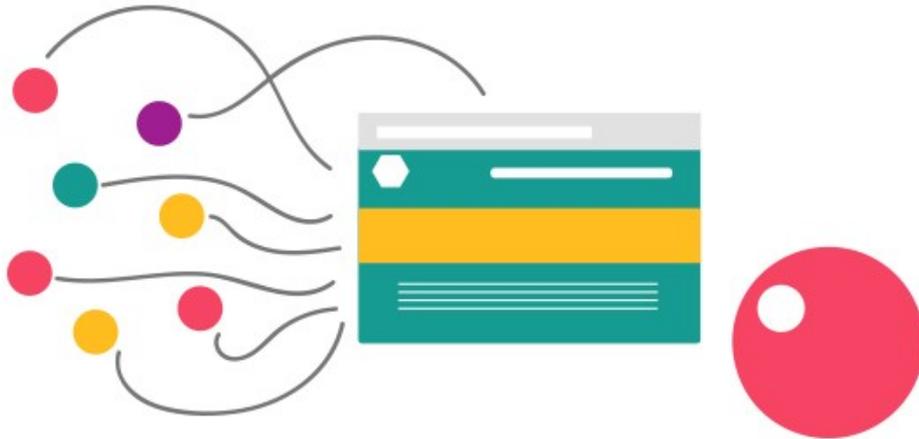


Las compañías y marcas que tienen una alta actividad de creación de contenidos, ya sea a través de un *blog*, un sitio web actualizado con frecuencia o cualquier otra estrategia continua de generación de contenidos, genera hasta un 97% más de *leads* (clientes potenciales) que las compañías que no son activas en este ámbito.

Por tanto, ejecutar una estrategia efectiva de *marketing* de contenidos, que suponga un esfuerzo en generación de *engagement* y tráfico al sitio, puede lograr más resultados (hasta tres veces más, según la mayoría de los estudios que se han realizado) por cada peso invertido.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

6. El marketing de contenidos incrementa el tráfico hacia el sitio web de la marca

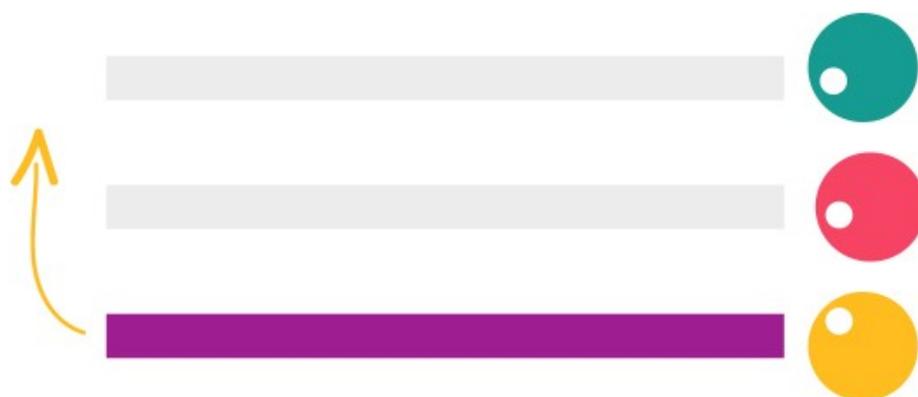


El *marketing* de contenidos consiste, básicamente, en generar información de alto valor para los consumidores de una marca. Este contenido se percibe de alto valor porque cubre una necesidad de los consumidores, más allá de los servicios o productos de la marca, además, entretiene a la audiencia, la capacita y mejora su desempeño en algún área, o resuelve algún otro tipo de problema.

Al ofrecer una solución para todas estas necesidades y comunicarlo con efectividad, la marca provoca que los usuarios se dirijan a su sitio web en búsqueda de ese contenido. Cuanto más contenido ofrezcamos, que sea percibido de valor por nuestra audiencia, mayor tráfico *inbound* recibiremos en busca del mismo.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

7. El marketing de contenidos potencia el posicionamiento de la marca en buscadores

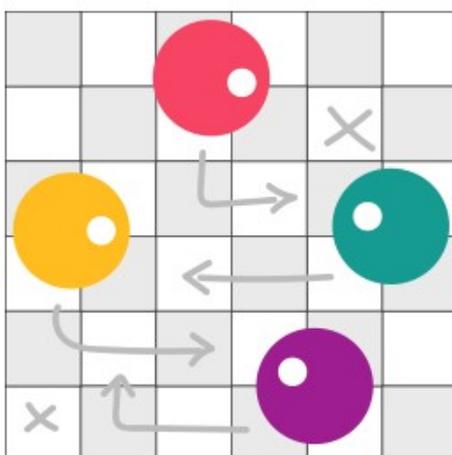


La generación de contenido frecuente en un sitio web, ya sea a través de un blog o no, es percibida por los algoritmos de los buscadores más importantes (principalmente Google) como un punto a favor a la hora de posicionar este sitio en su listado. Un sitio web que se actualiza frecuentemente es percibido como un sitio vivo y cuidado, y como tal, está mejor valorado por los diferentes motores de búsqueda.

Además, si el contenido que generamos resulta bien valorado por quienes lo consumen, es fácil que sea comentado en otros blogs y sitios, generando *links* naturales desde los mismos hacia nuestra web y potenciando de forma directa tanto nuestro *ranking* de PageRank como nuestro SEO.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

8. El marketing de contenidos alimenta la ejecución de estrategias de marketing integrales



El *marketing* de contenidos consiste en generar contenido novedoso, de valor y de calidad para nuestra audiencia y clientes, tanto actuales como potenciales.

Todo este contenido, a su vez, es aprovechado por otros canales para desarrollar sus estrategias particulares. Además de apoyar nuestros esfuerzos en SEO, las redes sociales también se benefician del contenido que generemos, ya que se pueden alimentarse de él. Asimismo, estas redes sociales nos pueden ayudar a promocionarlo y difundirlo, lo cual les genera un beneficio directo a los seguidores de nuestros perfiles.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

9. El marketing de contenidos atrae clientes inesperados



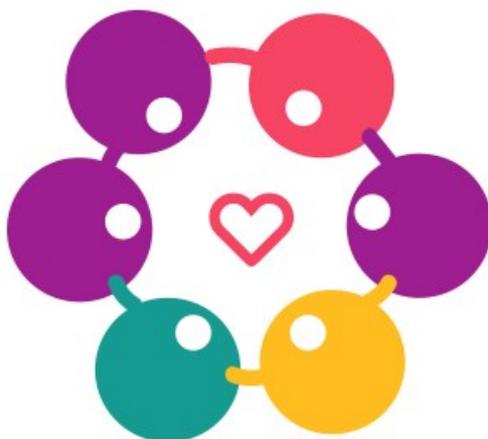
Crear un contenido interesante y de valor nos permite llegar a clientes que no teníamos como objetivo o que simplemente no sabíamos que existían.

Al tratar temas de interés para nuestra audiencia podemos atraer a personas pertenecientes a audiencias similares, cuyos intereses no sean exactamente idénticos, pero que tengan algo en común con nuestro público, lo cual puede llamar su atención y, quien sabe, lograr convertirlos en nuevos clientes.

Este beneficio, tremendamente poderoso por lo que supone en términos de ampliación de cartera, es quizá el principal diferencial de realizar un *marketing* de contenidos efectivo.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

10. El marketing de contenidos muestra el lado humano de la marca



Toda marca, como toda compañía, está constituida por personas. Es una estructura entrelazada de seres humanos con una voz y una personalidad. Por ello, tener una buena estrategia de marketing de contenidos es una excelente forma de mostrar esa variedad de voces.

A través del *blog* de la empresa podemos permitir que las distintas personas de la organización expresen su voz, siempre dentro de un tono común, pero dotando a la marca de una variedad de personalidades muy enriquecedora para la misma, y que le permite adoptar una cercanía mayor y conectar mejor con su público, que no olvidemos también está conformado por individuos únicos y diferentes.

Ventajas de una estrategia de Marketing de Contenidos

EL CONTENIDO ES LA OPCIÓN!

Si tienes un blog en tu sitio con buen contenido, lograrás tráfico orgánico de calidad, y el costo de un visitante por contenido puede llegar a ser 99% más económico que por campañas pagas.

Te regalaremos 61 dólares para un texto de 500 a 750 palabras de un redactor ranking 3.

[Haz click aquí](#)