

## Formato para elaborar un manual de estilo

### 1. Nuestra marca

#### ¿Quiénes somos y qué queremos?

En esta parte debes especificar a qué se dedica la empresa. Incluye información sobre su filosofía: objetivos y valores. La idea es que el redactor conozca la marca. Explícale cuál es tu producto o servicio, las ventajas que tiene, entre otras características.

### 2. Público objetivo

Este aspecto es muy importante, pues define a quién va dirigida la información que provee la empresa. Reconocer y caracterizar al público objetivo no solo permite establecer una comunicación más asertiva con aquellos que ya son usuarios y fidelizarlos, sino que además permite captar público potencial. Es importante especificar si el público es de un país en específico.



### 3. ¿Cómo hablamos?

#### - Tono

En esta parte debes explicar cómo quieres que sea la comunicación de tu marca con el público objetivo. De esta manera, piensa:

- **¿Cuál es el trato que quieres darle a tus lectores?:** 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; es una marca joven, son cálidos y expertos.
- **¿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 compañía, pues proporciona lineamientos claros que permite utilizar la misma voz.

#### 4. Uso del lenguaje

En este espacio debes incluir normas, la idea es tener un lenguaje unificado. En tu compañía puedes tener términos de uso común, pero que por políticas internas siempre se deben usar de una sola manera. 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.

Piensa en el vocabulario que normalmente usa tu empresa y qué términos son a los que los redactores se tienen que alinear.

#### 5. Formatos

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.

#### 6. ¿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.

## 7. Instrucciones de SEO

Para estar bien posicionado en los buscadores, además de contar con contenido de calidad debes aplicar un buen SEO. En WeAreContent tenemos unas reglas bien definidas de SEO, pero puede que en tu compañía tengas otras adicionales; por eso, es importante que en el Manual se alineen estas especificaciones.

- **Agregar, mínimo, 2 links externos de calidad**
- **Entregar el 100% del artículo en la plantilla adjunta**
- **Por favor poner 2 opciones de título**
- **Incluir títulos H2 y H3 que, en lo posible, incluyan la palabra clave**
- **Marcar en Negrilla la palabra clave en el artículo**
- **Resaltar las palabras semánticas o secundarias**
- **Poner una bibliografía al final del artículo**

Para que el artículo esté optimizado para SEO es indispensable que cumpla con los siguientes requerimientos:

1. En el primer párrafo debe estar la palabra clave
2. Los intertítulos (H2 y H3) deben tener, en su mayoría, la palabra clave
3. Máximo el 20% de las frases deben superar las 20 palabras
4. La palabra clave debe tener una densidad entre el 1 y 2%
5. El título SEO debe tener una extensión entre 50 a 65 caracteres con espacios y debe empezar con la palabra clave.
6. La palabra clave debe estar en la metadescripción, en el título y en el título SEO
7. La metadescripción debe tener entre 150 y 160 caracteres con espacios
8. Toda citación debe ir bajo las normas APA

Para mayor información sobre SEO: <https://www.wearecontent.com/blog/seo/guia-seo-posicionamiento-de-contenidos>