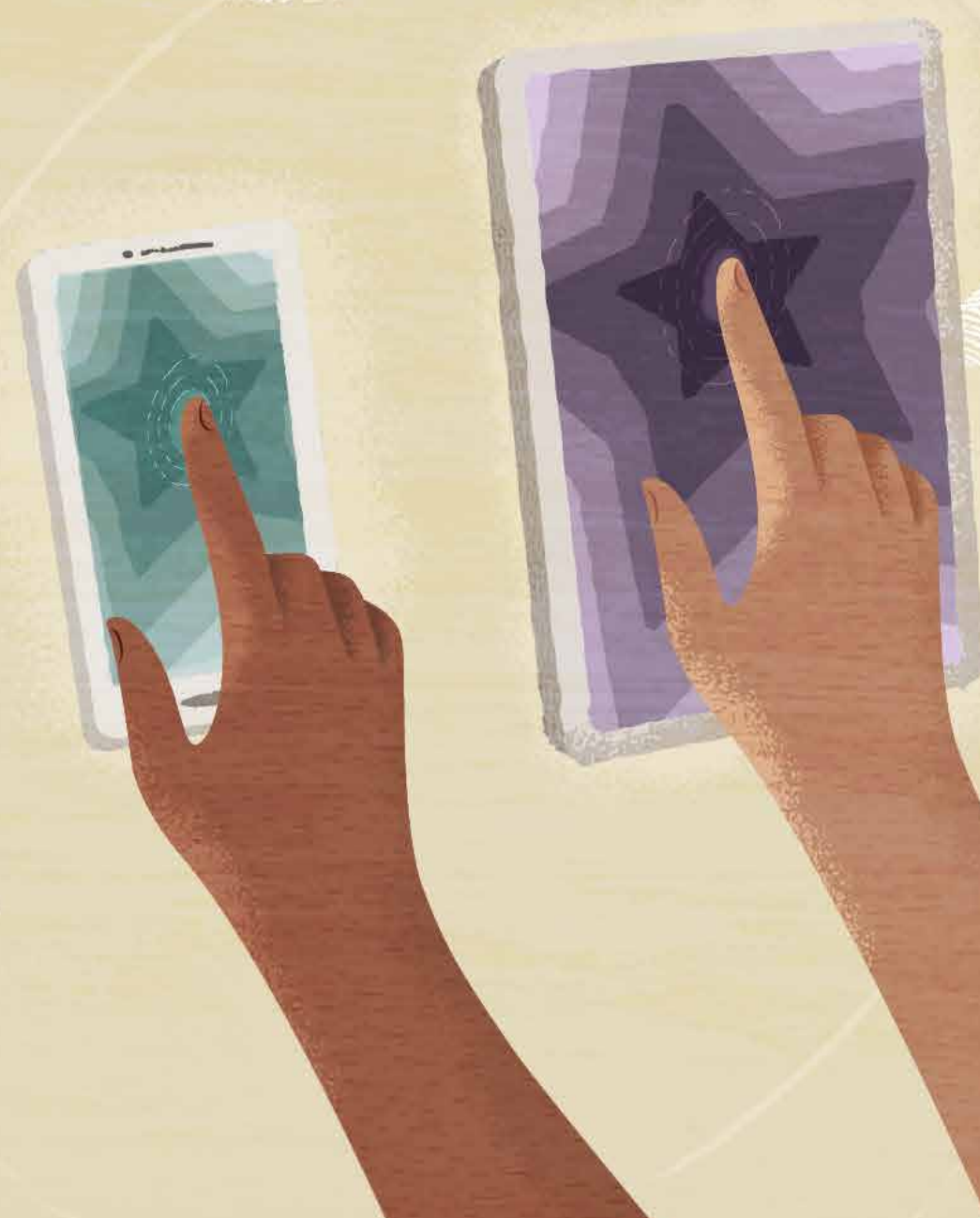


Cinco ingredientes imprescindibles de una buena estrategia de contenido



Leer el blog

01 Establezca sus objetivos de contenido

Es imposible diseñar una estrategia de marketing de contenido exitosa sin incorporar algunos objetivos a la mezcla.

- Identifique** qué desea lograr.
- Defina sus objetivos** mediante enunciados declarativos que reúnan objetivos prescriptivos y descriptivos.



02 Identifique sus recursos

Sus consideraciones operativas se reducen a sus capacidades: las que tiene y las que desea tener.

- ¿Qué recursos internos o externos** necesita para alcanzar sus objetivos de marketing?
- Defina qué puede lograr en este momento** dentro de su estrategia y qué recursos adicionales necesitará. Pregúntese lo siguiente:
 - ¿Tiene talento para crear y promocionar contenido, y analizar los resultados?
 - ¿Qué tipo de software necesitará?
 - ¿Está utilizando al máximo la tecnología que ya tiene?



03 Evalúe las necesidades de sus clientes

Para crear la mejor experiencia de contenido posible, es fundamental que entienda quiénes son sus clientes y qué experiencia buscan, actualmente y a futuro.

a. Incorpore estos ingredientes en partes iguales:

Descubrimiento. Piense cómo descubren sus clientes la información que necesitan para tomar decisiones de compra. El objetivo es descifrar el idioma del cliente: ¿Qué se solicita en relación con lo que usted promociona?

Experiencia. Considere cómo prefiere recibir información su cliente. Piense no solo en los temas que le interesan, sino también en los formatos que prefiere, el nivel de interacción que espera y los dispositivos que usa.

Acción. Determine los factores que motivan a sus clientes y tenga bien en claro qué quiere que hagan después. El humor y la creatividad son de gran ayuda. ¿Por qué no intentar vincularse con las personas a través de contenido motivador?

b. Piense de forma empática. Piense continuamente qué es importante para sus clientes a lo largo del recorrido de la información, tanto ahora como más adelante.



04 Defina la estructura de su campaña

Para su estrategia de marketing de contenidos, es fundamental que cultive positivamente la estructura de sus campañas. Asegúrese de que la estructura de sus campañas relacione los intereses de su cliente con los objetivos de los mensajes del producto.

- ¿Qué discurso guiará al comprador?** Podría ser liderazgo de opinión, contenido práctico o información para tomar decisiones.
- Considere adoptar un enfoque más colaborativo** para contar la historia de su marca mediante la interacción con influencers del sector que aporten credibilidad y distribuyan el mensaje.



05 Mida el éxito e identifique qué puede mejorar

Medir los resultados le ayuda a determinar si la estrategia de marketing de contenido está logrando sus objetivos. Además, aumenta la responsabilidad y les permite a usted y a su equipo ver en qué áreas deben esforzarse más. Observe qué dicen las cifras y pregúntese lo siguiente:

- ¿Cómo atraerá a la audiencia correcta**, en el momento oportuno y el lugar adecuado?
- ¿Cómo atraerá a los miembros de esa audiencia** con el mensaje adecuado, los tipos de contenido correctos y los canales y dispositivos acertados?
- ¿Cómo convertirá a los miembros** de esa audiencia que atrajo para que pasen a la próxima etapa del ciclo de compras?



Oracle Marketing

Con estos cinco ingredientes y una clara comprensión de cómo mezclarlos correctamente puede comenzar a producir contenido que potencie los resultados.

Obtenga más información

Obtenga más información sobre cómo Oracle Marketing puede ayudarle a ejecutar una estrategia de contenido exitosa.