

## ¿Para qué queremos un #BLOG?

Hola gente linda!

Hoy hablaremos de algo muy de moda: el blog. ¿Qué es un blog y para que sirve? Es igual a una web? Es similar a una fanpage? Es un híbrido?

Pasen y vean...

Según [Hubspot](#), una de las empresas de referencia en **Inbound Marketing** a nivel mundial, las empresas que tienen o gestionan un Blog consiguen un 55% más de visitas a su **Web** y por ello un 70% más de **Leads**, lo que provoca que un 57% conviertan al menos un cliente a través del Blog. Una buena estrategia de blogging puede aportar un 97% de enlaces entrantes a través del **Blog** y en dirección a nuestra página, factor que **mejora el tráfico** y nuestro **posicionamiento orgánico**.

### ¿Por qué un blog?

*Un Blog es una colección de artículos que ofrecen contenido útil, valioso, educativo y notable para un público objetivo, en **B2B** se convierte en una potente herramienta de conversión.*



- **Para atraer visitantes a nuestra Web.** Es el lugar donde un **Prospect** debe encontrar información para conocer y resolver un problema relacionado con su actividad. Los contenidos sobre los que escribimos, así como los que ofrecemos en nuestra Web, han de generar la confianza necesaria para que nos visiten una y otra vez y obtengan de nosotros la solución más adecuada a sus necesidades.
- **Porque es un líder de pensamiento** sobre el sector dónde nos movemos. Debemos escribir sobre el negocio en sí, nunca sobre nosotros. Nuestros Prospects no necesitan saber lo maravillosos que somos, ellos tienen que llegar a esa conclusión a través de nuestro contenido, productos y servicios.
- **Es una herramienta de posicionamiento perfecta** para aparecer en las primeras páginas de los motores de búsqueda, siempre y cuando tengamos en cuenta unos criterios de posicionamiento básicos en lo que a **SEO Orgánico** se refiere. Esto ayudará a que nuestros visitantes acaben convirtiéndose en Leads y futuros clientes.

## ¿Cómo lo hago?

**Siempre se debe tratar un tema o tópico por post.** No es aconsejable mezclar conceptos. Cada post debe hacer referencia a un tema concreto, apoyado en una palabra clave definida. Esto ayudará a posicionar y dará relación al post con nuestro site y nuestro contenido. Recuerda que todo ha de formar parte de un mismo discurso.

**Debemos escribir con frecuencia.** Dos veces por semana es lo aconsejable. Depende, evidentemente, de cada organización y de los recursos asignados. Pero las publicaciones han de ser regulares. Hemos de elegir el día y la hora adecuados para generar expectación y acostumbrar a nuestros lectores a reservar siempre ese timing para leernos.

**El título en un post es muy importante,** es la clave para que lo lean o no, tiene que ser atractivo y generar interés. Es importante para nuestros lectores, pero también para los motores de búsqueda y la indexación del contenido.

*“La mitad del tiempo para escribir el contenido y la otra mitad, el título”.* [Dharmesh Shah](#),  
CO-Funder de Hubspot.

**Nuestro contenido ha de ser natural,** debemos escribir para el Prospect, para las personas y olvidarnos un poco de los motores de búsqueda. En nuestro contenido debe haber palabras clave fácilmente indexables por los motores de búsqueda, pero deben aparecer de forma natural, formando parte del contenido y nunca forzando su aparición por el simple hecho de querer mejorar el posicionamiento. Si nuestro contenido no tiene sentido Google y otros motores nos penalizarán.

**Nuestro post debe contener imágenes** y estas imágenes han de tener relación con lo que escribimos. El título y la descripción ALT deben incluir esas palabras claves de las que tanto hablamos.

**Meta-Description para el post.** Es importante porque será lo que los motores mostrarán cuando aparezca indexada en las páginas de búsqueda. Ese título y descripción son la llave de las visitas a nuestro Blog y posteriormente a nuestro site.

Debemos escribir **al menos 600 palabras por post**, es una extensión adecuada para tratar un tema, no resultará aburrido y daremos una idea general de lo que estamos tratando. El texto y el post en general deben estar bien estructurados, divididos en bloques y párrafos, acompañados de imágenes explicativas si es necesario.

Debe contar con **facilidad de lectura diagonal**, con *bullets* destacando ideas y **palabras** en **negrita** para una primera lectura rápida.

Debe ser **Responsive Desing**. Recuerda que ahora tus seguidores cada vez más ven el contenido, los email y los blogs desde su tablet y sus teléfonos móviles. Tené esto en cuenta, es muy importante, si no pueden visualizarlo no lo leerán. Hay que aprovechar todos los medios y todas la opciones posibles, todo suma.

**Activa comentarios, pero modéralos.** No permitas que cualquier persona pueda decir lo que se le antoje. Debes dar la posibilidad de expresar opinión crítica pero en una cierta línea y con un criterio para generar un debate constructivo que te ayude a ti y a tus lectores. No permitas que dañen tu imagen de manera gratuita. Esto no quiere decir que elimines las críticas. Has de responder siempre y eliminar aquellos mensajes que nada tengan que ver con tu negocio, entorno o propósito.

**Sé accesible y cercano.** Haz visible un **enlace de suscripción** o **RSS** para facilitar que la gente te siga e interaccione contigo. Pone **botones** para compartir en **Redes Sociales**.

Mantén tus **ofertas** de contenido y los enlaces a **Landing Pages** visibles para dirigir a tus lectores a las explicaciones de las ofertas y a los **formularios de conversión**. Si el contenido tiene que ver con alguna oferta de valor incluida en tus servicios, productos o Know How, ¡Aprovechalo!

Con esta pequeña guía tu visibilidad y visitas aumentarán paulatinamente. No dejes de ofrecer **contenido de valor**. Trabaja tu estrategia para convertir esas visitas en Leads y esos Leads en clientes.

*Sobre un post original de Daniel Gonzalez de <http://www.pgrmt.com/>*

Les deseo una buena lectura y un gran fin de semana !

Cheers!

Isabelle Weissmann  
Freelancer en Marketing Digital y Asesor de Imagen PR  
[www.isabelleweissmann.com](http://www.isabelleweissmann.com)  
[www.facebook.com/iweissmann](http://www.facebook.com/iweissmann)  
<http://www.linkedin.com/in/isabelleweissmann>  
Twitter: @IsaWeissmann  
Mail: [isabelleweissmann@gmail.com](mailto:isabelleweissmann@gmail.com)