

El marketing de contenidos en las redes sociales



El manejo de las redes sociales para una marca determinará la reputación que tendrá en tu público objetivo. En este podcast te contamos **cómo te puedes beneficiar de una estrategia de marketing de contenidos** para conseguir nuevo público que ame tu marca.

Abordar el manejo de las redes sociales es un tema crucial para una marca. Generalmente, las marcas piensan en las redes sociales como una plataforma de publicidad y captación de clientes, pero no se trata solamente de promocionarse a uno mismo, a sus productos o servicios, se trata de darle al público lo que realmente necesita de una manera estratégica, esto lo haremos a través de la estrategia de marketing de contenidos.

La estrategia de marketing en redes sociales está directamente ligada al marketing de contenidos, ésta es una técnica que consiste en analizar lo que nuestro público espera recibir, es decir su necesidad, para ofrecerlo de una forma atractiva.

Para recibir hay que dar algo a cambio, y lo que damos no puede ser solo publicidad de nuestros productos o servicios, debemos **ofrecer algo de valor que nos instale en el corazón de nuestro público**. Qué mejor que reconozcan a tu marca porque guarda mucho conocimiento sobre el sector, además de ofrecer productos y servicios exclusivos que buscan ser adquiridos para formar parte de una comunidad. Para lograrlo, debemos resolver primero la necesidad de nuestro público, antes que la de nuestra marca.

Debe quedar claro que el marketing de contenidos no se trata solo de crear contenidos, **es una estrategia para crear un embudo que lleve a nuestro público a convertirse en cliente final**, para posteriormente retener al cliente a través de contenido valioso. Muchos nos quedamos en conseguir más tráfico y captar a nuevos seguidores, pero el marketing de contenidos busca algo más profundo.

El fundamento base de ésta estrategia es crear una relación fuerte y duradera con los clientes. Al enfocar nuestro contenido en sus necesidades y gustos, creamos un canal menos invasivo, lo cual hace sentir al público como parte de la marca, y no como un consumidor del que sólo queremos su dinero.

Algunos tipos de contenido que podemos implementar en nuestra estrategia son imágenes corporativas, infografías, e-books, revistas, videos, tutoriales y webinars, que podemos publicar en las diferentes redes sociales y en nuestra página web.

Uno de los beneficios más grandes en la estrategia de marketing de contenidos es el posicionamiento SEO de la marca, es decir el posicionamiento orgánico frente a los buscadores web. Al producir contenido de valor, vamos a tener más visitas, lo que le dirá a los buscadores que lo que estamos ofreciendo es de interés para las personas, y por esta razón nos posicionará en los primeros resultados.

Además de mejorar la imagen de la marca, hará que tenga peso en el mercado y generará relaciones directas y cercanas. También nos ayuda a ahorrar dinero, ya que la producción de contenido no necesariamente debe ser paga ni es necesario pagar por anuncios.

Debemos tener en cuenta el periodo entre publicación y publicación, de nada nos sirve crear contenido si no es continuo, debemos generar recordación de marca siempre que podamos, y qué mejor manera de lograrlo que nuestros clientes nos encuentren frecuentemente en el feed de sus redes sociales.

En conclusión, **con una estrategia de marketing de contenidos mostramos a la audiencia cómo ayudamos a solventar sus necesidades y de paso podemos promocionar nuestros productos y servicios de forma más natural.**