



**UANL**  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN ®



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Universidad Autónoma de Nuevo León**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**Lic. Mercadotecnia y Gestión de la Imagen.**

**Materia: Proyectos de Mercadotecnia e Hipermédios.**

**Maestro: Carlos Alberto Rodríguez Salazar**

**Nombre: Marlhen Yazmin Martínez Garza**

**Matrícula: 1617592**

**01 de marzo de 2019**

## ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.....	3
• PLAN ESTRÁTÉGICO PARA EL MARKETING DIGITAL DE CONTENIDOS: WEBINAR.....	4
• GENERALIDADES DEL MARKETING DE CONTENIDO.....	4
• IMPORTANCIA DEL MARKETING DE CONTENIDO.....	4
• PASOS PARA CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDO.....	4
• DETERMINAR LOS OBJETIVOS.....	5
• IDENTIFICAR LA AUDIENCIA.....	5
CONCLUSIÓN.....	6
REFERENCIAS.....	6

## INTRODUCCIÓN.

La planeación estratégica es fundamental para el marketing, el elaborarlo de una manera correcta y adecuada nos ayuda a funcionar y brindar el servicio que deseamos a nuestros consumidores. Sin embargo, conoceremos algunas herramientas fundamentales de esta planeación y a como llevarlas a cabo.

Debemos de estar conscientes que una manera correcta de atraer y captar la atención de nuestro consumidor es pensando como él y analizando nuestro campo y a quienes vamos a ir dirigidos. Ya que se busca crear esa necesidad y esa satisfacción en cada uno de ellos, y que nos sean fieles de cualquier manera.

## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MARKETING DIGITAL DE CONTENIDOS: WEBINAR.**

Juan Mejía, menciona algunos pasos, sobre el plan estratégico del marketing digital de contenidos, hace mención que el contenido es catalogado como el Rey, ya que hace contenidos, los más relevantes son las que aparecen de manera inmediata, además menciona que la conversación es la REINA, ya que el contenido no es suficiente y es fundamental saber cómo mantener la interacción con el consumidor.

El Community Manager es medido a que tenga la capacidad de interacción, la audiencia ya que muchos saben escribir, pero no generan la interacción con la audiencia. Menciona una agenda programada para la generalidad de marketing de contenidos.

### **LAS GENERALIDADES DEL MARKETING DE CONTENIDO:**

Este consiste en crear, recopilar y distribuir contenido relevante con el objetivo de atraer personas hacia la empresa y conectar con ellos, se refiere a dos cosas:

- Tú lo puedes crear.
- Tú lo puedes distribuir.

Este no es solo contenido propio, si no que puede ser de otros, lo importante es que el contenido que se muestra sea relevante y el objetivo es que el contenido atraiga a las personas hacia la entrega y tener un enlace emocional con ellos finalmente ellos de contenido adelante se cree que para atraer a la audiencia y para poder crear esa conexión emocional, a este también se le llama MARKETING DE ATRACCIÓN, ya que se busca atraer a la audiencia y se quiere conquistar con el contenido. HOFESPOH es una empresa de claro ejemplo hacia el marketing de contenido.

### **IMPORTANCIA DEL MARKETING DE CONTENIDO:**

Tras un estudio por la IAB España el Marketing es una tendencia del marketing digital en el 2014. Es una nueva tendencia porque todas las personas lo piensan y los gerentes de marketing intervienen en el contenido, ya que la fidelidad de los clientes hacia una marca aumenta en un 60% una vez leído los contenidos de calidad.

El contenido es íntimamente relacionado con la fidelidad de los clientes, es mostrado que Las Webs que publican artículos en sus blogs con una regularidad de 434% de páginas indexadas en Google, por más páginas indexadas, la visibilidad fortalece el área del Branding.

### **PASOS PARA CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDO.**

**DETERMINAR LOS OBJETIVOS:** Siempre que se va a crear una estrategia, se debe de definir los objetivos, algunos de estos objetivos orientados al cliente son:

- AUMENTA EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE. Este crea un elemento diferencial sostenible en el tiempo ya que no se puede comprar con dinero.
- CREAR ENLACE EMOCIONAL. Este tiene mucha fuerza gracias a las redes sociales y permite que a través del contenido, se cree un enlace emocional con la audiencia.
- AUMENTAR LA FIDELIDAD. Este va que un cliente que me compra, lo siga haciendo con el paso de los tiempos.

### **Orientados al Negocio.**

- FORTALECER LA MARCA. Con este contenido se logra que la marca genere una mejor reputación por un lado y sea visible por el otro y esto hace la marca se valorice.
- AUMENTAR LOS INGRESOS. Generar ventas, estas pueden ser en el mundo online o en el mundo offline, ya que las ventas generadas por el marketing de contenido son por el mundo offline.
- REDUCIR LOS COSTOS. Se debe monitorear muy de cerca los ingresos e ir reduciendo al interactuar con estos clientes por medio de una estrategia de marketing de contenido.
- IDENTIFICAR LA AUDIENCIA: Para crear contenido valor agregado desde el contenido añadido, es importante conocer a la audiencia, ya que el contenido debe ser útil para ambas partes.

### **Para conocer la audiencia se usan 3 metodologías:**

- PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO. Aquí se identifica la edad de la audiencia, el nivel socioeconómico, nivel educativo, el sexo.
- PERFIL PSICO-GRÁFICO. Aquí no solo se identifica lo demográfico, sino que también se interesa en la personalidad e intereses de la persona.
- LA METODOLOGÍA DE PERSONAS. Es útil y combina las anteriores con la metodología de TESÓN.

## CONCLUSIÓN.

El planear y ser demasiado estratégico nos lleva a ser las cabezas y estar en constante crecimiento ante nuestros competidores, ya que la estrategia bien armada nos lleva a ser o estar mejor posicionadas ante los demás y esto hace que de inmediato estemos en la mente de nuestro consumidor lo que es importante y primordial. Como agentes de marketing buscamos crear una necesidad, ser la elección de esta y sobre todo ser la mejor en lo que ofrecemos.

La planeación es ese plan que nos ayuda a crear esa estrategia de ataque perfecta que nos ayuda a estar en constante crecimiento, por eso es fundamental conocer a cada uno de nuestros consumidores y de esos deseos próximos que generaremos.

## REFERENCIAS.

- YouTube. (4 de Julio de 2014). IEBS Business School. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=STQqfnMz2r4>