

Marketing
de
Contenidos:
La Guía
Definitiva

Cómo Planificar tu Estrategia de Marketing de Contenidos

Si eres un blogger o un pequeño negocio que busca visibilidad en Internet, el marketing de contenidos es la forma más económica y eficaz de conectar con tu audiencia.

Dispones de un presupuesto muy limitado, de modo que vas a tener que llegar a tus lectores ofreciendo contenido gratuito y de calidad.

En esta situación, tu mayor preocupación está en cómo crear de forma constante contenido que conecte con tus lectores de forma que estos lo consuman una vez tras otra, lo enlacen y lo compartan en las redes sociales.

Para conseguirlo tienes dos opciones: escribir lo primero que te venga a la cabeza y confiar en tu suerte, o planificar tu estrategia de contenidos desde un inicio para saber en todo momento sobre que escribir.

Planifica tu Estrategia de Contenidos

Los dos aspectos fundamentales que debes definir en tu estrategia de contenidos son la frecuencia de publicación y la temática que vas a tratar en cada uno de tus posts.

En referencia a la frecuencia de publicación, mi recomendación es que sea lo mayor posible pero siempre dándole preferencia a la calidad del contenido.

En definitiva, si ves que con tu ritmo actual no puedes ofrecer un contenido de buenísima calidad, reduce la frecuencia de publicación.

No te olvides que para que tu blog crezca no puedes centrarte exclusivamente en crear contenido, sino que es tan importante o incluso más que trabajes en promocionar tu contenido y conseguir que este llegue a aquellas personas que les pueda interesar.

En referencia a la temática que vas a tratar con tu contenido, lo más importante es que esté alineada con los intereses de tu audiencia y con tu propuesta de valor.

Es decir, tu propuesta de valor y las necesidades de tus lectores son los elementos que deben determinar la temática de tus posts.

Cuando tengas clara la frecuencia de publicación y la temática de tu contenido, te puede resultar extremadamente útil crearte un calendario de publicaciones para que con un simple vistazo puedas ver cuáles son los días en los que tienes que publicar y el tema que debes tratar cada día.

Define tu área de acción

Antes de empezar a crear tu contenido debes tener claro cuáles son los temas que vas a tratar.

Para ello tienes que tener claro desde un inicio que es aquello que quieres transmitir a tus lectores y que es lo que te hace especial para poder convertirte en una referencia a la que todo aquel interesado en esa temática acuda.

Cómo hemos visto antes, esto está directamente relacionado con tu propuesta de valor.

Piensa en tu audiencia

Entender las necesidades y las preocupaciones de tu audiencia es imprescindible para poder conectar con ellos.

Si no entiendes que es lo que quieren tus lectores es posible que estos lean tu contenido, pero difícilmente darán el paso de involucrarse y tomar algún tipo de acción, ya sea compartir tu contenido, comprar uno de tus productos o simplemente comentar en tus posts.

Ten siempre el SEO en mente

Tener claro cuando vas a publicar y qué es lo que vas a publicar está muy bien.

Es más, está genial y es algo que muy pocos bloggers tienen claro.

Sin embargo, tu estrategia de contenidos va más allá.

Para maximizar el impacto de tu contenido tienes que escribir pensando tanto en tus lectores como en los motores de búsqueda.

Cuando decidas la temática que vas a tratar en tus artículos puedes realizar un análisis de palabras clave para identificar las palabras clave que vas a tratar de posicionar con tu contenido.

En el momento de redactar tu contenido asegúrate de optimizarlo correctamente para las palabras clave que hayas decidido previamente.

No te olvides de las redes sociales

Una parte importante del marketing de contenidos es la promoción para conseguir alcanzar la mayor visibilidad posible para tus publicaciones.

En esta tarea las redes sociales juegan un papel muy importante y por ese motivo es necesario tenerlas en cuenta.

En este aspecto lo más importante es que analices que tipo de contenido te está dando mejores resultados en las redes sociales para tenerlo en cuenta en tus otras publicaciones.

Accede a tu cuenta de Google Analytics para ver cuáles de tus posts han recibido más tráfico desde las redes sociales y utiliza el acortado de enlaces bit.ly para medir el número de clics que recibe cada uno de los enlaces que publicas en tus perfiles sociales.

Conclusión

El marketing de contenidos es tu principal herramienta para captar nuevos lectores y clientes, y por consiguiente, el mejor camino para hacer crecer tu negocio en Internet.

Planificar correctamente tu estrategia de contenidos puede ser la diferencia entre unos resultados mediocres y unos fantásticos.

Por lo tanto, no esperes más y empieza a darle vueltas a la cabeza para planificar el futuro de tus contenidos.

3 Herramientas para Encontrar Temas Populares que Aseguren el Éxito de tus Contenidos

El principal factor que determina las posibilidades de éxito de cada una de las publicaciones de tu blog es la temática.

Encontrar temas populares sobre los que enfocar tu contenido maximiza el potencial de tus artículos y es una tarea tan importante como crear contenido de calidad o promocionar correctamente tus posts.

Es lógico pensar que identificar un tema de interés es fundamental para evitar perder el tiempo escribiendo sobre algo que no sabes si realmente hay gente interesada.

A pesar de la enorme importancia de buscar y encontrar una temática popular para tu contenido, la inmensa mayoría de los bloggers no realizan este paso y se ponen a escribir sobre temas que presuponen de interés, probablemente porqué han visto que en otro blog se trataba ese mismo tema (otro blog cuyo blogger no ha investigado si realmente hay una audiencia interesada en ese tema).

Como puedes ver se trata de una etapa por lo que deberías pasar antes de escribir un nuevo post para tu blog.

Pero, ¿cómo lo hago?, te preguntarás.

Aunque a priori puede parecer una tarea complicada, Por suerte para ti en este post te muestro 3 herramientas que te garantizarán encontrar temas populares siempre que vayas a publicar una nueva pieza de contenido en tu blog.

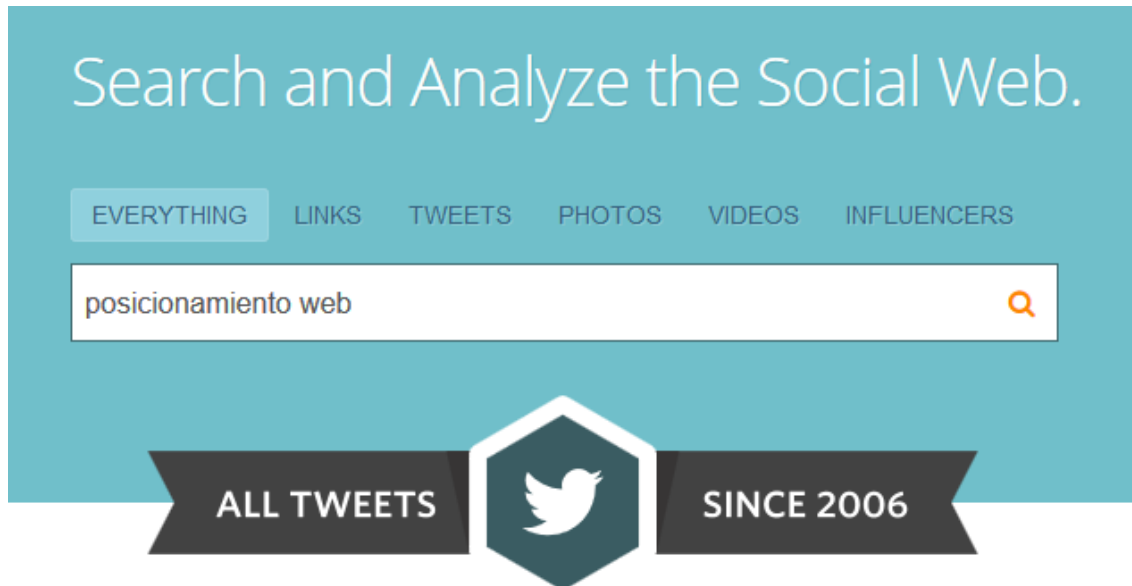
#1: Topsy

[Topsy](#) es una herramienta que te permite encontrar los artículos que más impacto han tenido en las redes sociales a partir de una determinada palabra clave.

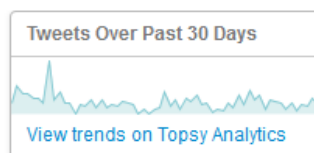
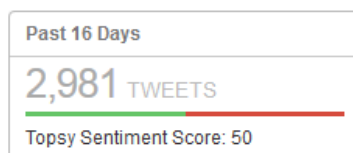
Es una herramienta extremadamente sencilla de utilizar. Simplemente introduce una palabra clave genérica relacionada con tu nicho de mercado y Topsy te mostrará los posts más populares que contengan esa palabra clave.

De este modo podrás saber cuál es el mejor enfoque que puedes darle a un post relacionado con la palabra clave que hayas introducido.

A modo de ejemplo, introducimos la palabra clave “*posicionamiento web*” y estos son los resultados que obtenemos.



Como puedes ver, el linkbuilding es un tema que genera mucho interés y sobre el que podrías escribir un post en tu blog sabiendo que habrá gente interesada en esa información.



[Como hacer una Landing Page para Mejorar el Posicionamiento Web | MktFan](http://mktfan.com/story.php?title=como-hacer-una-landing-page-para-mejorar-el-posicionamiento-web)

 **MktFan** @mktfan
Cómo hacer una Landing Page para Mejorar el Posicionamiento Web mktfan.es/1dl7z1l
🐦 16 days ago 🗨️ Reply 🔄 Retweet ☆ Favorite 🗨️ 19 more

 **MktFan** @mktfan
Diseño web orientado al posicionamiento web mktfan.es/1aWml55
🐦 8 days ago 🗨️ Reply 🔄 Retweet ☆ Favorite 🗨️ 11 more

 **global marketing ase** @globalmarketase
CONSEJOS PARA ATRAER MAS VISITAS A TU WEB Y MEJORAR SU POSICIONAMIENTO WEB PARTE II globalmarketingasesores.com/consejos-para-...
🐦 8 days ago 🗨️ Reply 🔄 Retweet ☆ Favorite 🗨️ 146 more

[El Linkbuilding o el arte de posicionamiento web por enlaces externos](http://communitymanagerzaragoza.es/2014/02/el-linkbuilding-o-el-arte-de-posicionamiento-web)

 **Jose Luis Arnal** @joseluisarnal
El Linkbuilding o el arte de posicionamiento web por enlaces externos bit.ly/1gjFCQS
🐦 2 days ago 🗨️ Reply 🔄 Retweet ☆ Favorite 🗨️ 32 more

#2: Quicksprout Web Analyzer

[QuickSprout](#) es uno de los blogs más importantes y reconocidos en el tema del marketing por Internet.

Además de publicar artículos y guías excepcionales, QuickSprout ofrece de forma gratuita una herramienta de análisis web.

Para lo que nos preocupa en este post, vamos a utilizar la herramienta de análisis web para encontrar los artículos más compartidos en las redes sociales de otros blogs de nuestro mismo nicho de mercado (nuestros competidores).

En primer lugar debes identificar a tus competidores más importantes, es decir, los blogs más populares con una temática similar a la tuya.

Ahora introduce la URL de uno de estos blogs en la herramienta de análisis web de QuickSprout y espera que se complete el proceso. Solo te preocupa el análisis del “Social Media” del blog.

Con este análisis verás cuales son los posts de tus competidores que mejores resultados han cosechado en las redes sociales.

Como ejemplo podemos analizar el blog [Ciudadano2Cero](#), que sin duda es uno de los blogs referencia en todo lo relacionado con el blogging, las redes sociales y el marketing en Internet.

WEBSITE ANALYZER

http://

SEARCH

PAGE LEVEL RESULTS

Showing 1 to 30 of 214 entries

URL	f	t	in	p	g+	Total
/mejores-recursos-blogs	122	2,245	35	0	64	2,466
www.ciudadano2cero.com/	50	127	7	5	2,070	2,259
www.ciudadano2cero.com	50	127	7	0	2,070	2,254
/curso-de-wordpress-principiantes	34	2,069	30	0	42	2,175
ciudadano2cero.com	50	42	7	0	2,070	2,169
/mejores-plugins-wordpress	109	1,179	56	0	307	1,651
/guia-migrar-wordpress	69	1,143	37	0	0	1,249
/encontrar-trabajo-linkedin	220	561	450	0	0	1,231
/encontrar-trabajo-mas-alla-linkedin	119	652	279	0	0	1,050

A partir del análisis vemos que el tema de encontrar trabajo por LinkedIn podría ser una buena idea sobre la que escribir un artículo en nuestro blog.

#3: Google Analytics

Una de las formas más sencillas de hacer crecer un negocio es encontrar algo que funcione y repetirlo tantas veces como sea posible mientras siga funcionando.

En lo referente a escribir post que sean un éxito podemos aplicar la misma estrategia, es decir, escribir sobre aquello que ya nos ha funcionado antes.

Para ello disponemos de la mejor herramienta de analítica web al alcance de cualquier blogger: [Google Analytics](#).

Lo único que debes hacer es acceder a tu cuenta de Google Analytics (si todavía no tienes una no esperes más, háztela ahora) y buscar los artículos más populares de tu blog.

En mi caso estas son las páginas que han recibido un mayor número de visitas.

<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tecnología ▶ Móvil ▶ Personalizado Flujo de visitantes ▶ Adquisición ▶ Comportamiento Visión general Flujo del comportamiento ▼ Contenido del sitio <ul style="list-style-type: none"> Todas las páginas Desglose de contenido Páginas de destino Páginas de salida ▶ Velocidad del sitio ▶ Búsquedas en el sitio ▶ Eventos ▶ AdSense Experimentos 		Página ?	Número de páginas vistas ?	Número de páginas vistas únicas ?
		30.552 % del total: 100,00% (30.552)	25.781 % del total: 100,00% (25.781)	
<input type="checkbox"/>	1. /	3.639	2.946	
<input type="checkbox"/>	2. /blog	2.247	1.705	
<input type="checkbox"/>	3. /4-pasos-para-una-busqueda-de-palabras-clave-exitosa	1.971	1.429	
<input type="checkbox"/>	4. /la-guia-para-principiantes-para-empezar-un-boletin-electronico	1.327	1.189	
<input type="checkbox"/>	5. /seccion-1-como-seleccionar-el-nicho-de-mercado-perfecto	820	636	
<input type="checkbox"/>	6. /herramientas-gratuitas-para-twitter	731	658	
<input type="checkbox"/>	7. /las-3-mejores-herramientas-de-medicion-y-analisis-seo	687	621	
<input type="checkbox"/>	8. /como-crear-tu-propuesta-unica-de-valor	652	595	
<input type="checkbox"/>	9. /confirma-tu-correo-electronico	590	550	
<input type="checkbox"/>	10. /los-5-mejores-plugins-para-wordpress	548	503	

Cómo puedes ver, hay varios post del tipo “X herramientas para...” entre los más visitados y ese es uno de los motivos por los que este post se llama como se llama.

Escribir sobre temas en los que hay mucha gente interesada es crucial para garantizar el éxito de la estrategia de contenidos de tu blog.

Por lo tanto, este es un paso que debes realizar siempre que vayas a publicar un nuevo post y con las 3 herramientas que te acabo de mostrar no tienes excusa para no hacerlo.

La Guía Definitiva para Escribir un Post para tu Blog

Escribir un post que genere tráfico para tu blog y que despierte el interés en tus lectores no es proceso sencillo que sea pueda realizar en 15 minutos.

El proceso de desarrollar un post para mi blog me suele llevar alrededor de 4 horas, pero ten por seguro que invertir todo este tiempo merece la pena.

A continuación descubrirás los pasos personalmente sigo para crear todos mi posts y que me permiten atraer miles de visitantes hacia mi blog mes tras mes.

Paso 1: Investigación de palabras clave

Lo primero que se necesitas para crear un post para tu blog es, lógicamente, decidir sobre qué quieres escribir. Esto parece lógico, no obstante, hay mucha gente y muchos bloggers que quieren escribir un artículo para su blog pero que no saben sobre que escribir.

Lo que yo hago para saber sobre que escribir es investigar cuales son las principales inquietudes y los principales problemas que existen en mi nicho de mercado. Para descubrir que información es la que les interesa a tus lectores y cuáles son los problemas de tu nicho de mercado puedes utilizar estas dos estrategias:

- Para conocer que es lo que quieres saber tus lectores, lo mejor que puedes hacer es directamente preguntárselo. Para ello puedes crear un post incitando a tus lectores a que dejen un comentario indicando sobre que les gustaría que escribieras en tus próximos artículos. Esta estrategia funciona muy bien, no obstante necesitas disponer de una audiencia considerable ya que de otro modo no recibirás ninguna respuesta.
- La segunda estrategias que te permitirá conocer cuáles son las mayores inquietudes en tu nicho de mercado es analizar en los principales blogs de tu nicho de mercado cuales son los posts que están recibiendo un mayor número de comentarios, y por lo tanto, que despiertan más el interés entre los lectores de esos blogs.

Con estas dos simples estrategias siempre sabrás sobre que escribir. Ahora llega el momento de investigar las palabras clave que utilizarás en tu post.

Para ello yo utilizo la [herramienta para palabras clave de Adwords](#).

Utiliza el tema sobre el que va a tratar tu post como palabra clave inicial y a partir de ella Adwords te ofrecerá un buen listado de palabras clave relacionadas. Preocúpate de buscar una palabra clave con un nivel de tráfico considerable y con poca competencia para incrementar tus posibilidades de posicionarte en las primeras posiciones de los buscadores.

Cuando ya hayas seleccionado unas pocas palabras clave realiza con ellas una búsqueda en Google. Esto te permitirá ver el título y las descripciones de los artículos que están posicionados en la primera página y te aconsejaría que los leyeras para coger ideas que puedes utilizar para redactar tu propio post. Apunta estas ideas en una hoja para no olvidarlas ya que las utilizarás en el próximo paso.

Paso 2: Lluvia de ideas y Estructura

Lo primero que hago es decidir el título de mi post. Esta es una parte muy importante ya que es lo primero que verán tus lectores y debes en unas pocas palabras convencerles de que sigan leyendo.

Posteriormente empiezo a desarrollar la que será la estructura de mi post mediante subtítulos. Cada uno de estos subtítulos será una parte del post. Los subtítulos los determino a partir de las ideas que he tomado en el paso anterior junto con otras ideas que apporto de mis propios conocimientos sobre el tema que estoy tratando.

Paso 3: Redacción

Este paso no debería suponerte más de la mitad del tiempo que inviertes en crear tu post.

Empieza redactando la introducción. Esta es la parte más importante de todo el post ya que es donde debes llamar la atención en tus lectores para que continúen leyendo todo el artículo.

A continuación lo único que debes hacer es ir desarrollando los subtítulos que has determinado en el paso anterior, entrando en el máximo detalle posible.

Por último, debes redactar la conclusión. En la conclusión debe realizar ciertas funciones que siempre debes tener en mente y aplicarla en todos tus post.

- En primer lugar, la conclusión debe resumir o enumerar los aspectos más importantes que se han tratado a lo largo del post.
- En segundo lugar, en la conclusión siempre debes introducir una llamada a la acción para incitar a tus usuarios a que realicen una determinada acción, ya sea compartir el post, dejar un comentario o adquirir un cierto producto.

Paso 4: Edición

Una vez redactado el post es importante tomarse un tiempo para realizar las tareas de edición con el fin de mejorar el resultado final. Estos son los principales aspectos que debes tener en cuenta cuando edites tus posts:

- Léelo un par de veces con el objetivo de corregir cualquier tipo de fallo ortográfico y mejorar aquellas frases o palabras que no te guste como han quedado.
- Crea un par de enlaces internos que apunten a otros posts de tu blog que puedan ser de interés o que estén relacionados con el contenido del artículo que estás escribiendo. También puedes enlazar un recurso externo que consideres que puede ser de utilidad para tus lectores.
- Inserta al menos una imagen en tu post. Puedes utilizar la web [Morguefile](#) para encontrar imágenes gratuitas y que puedes publicar sin preocuparte por derechos de autor.

Paso 5: Publicar

Este es el último paso de todos y el menos costoso por lo que se refiere al tiempo que tienes que invertir.

Simplemente debes preocuparte de estos tres elementos:

- Introduce la descripción y las palabras clave.
- Selecciona la categoría adecuada para tu artículo.
- Coloca las tags o etiquetas para relacionar el post con otros posts anteriores que mantengan una relación.

Estos tres elementos están relacionados con la optimización interna de tu sitio web. Puedes consultar el post "[Cómo Construir un Sitio Web Optimizado para los Motores de Búsqueda](#)" para conocer más acerca de este tema.

Conclusión

Puede parecer que se trate de un proceso largo y costoso pero créeme que vale la pena.

Tomarse el tiempo que sea necesario y seguir estos cinco pasos que te he mostrado anteriormente te permitirán crear posts de calidad que generarán tráfico hacia tu sitio web y que te permitirán crear una autoridad dentro de tu nicho de mercado.

La Promoción en tu Estrategia de Marketing de Contenidos

El secreto para el éxito de tu estrategia de marketing de contenidos combina tres aspectos: la creación de contenido de calidad, conseguir que ese contenido sea relevante para los motores de búsqueda y promocionar ese contenido.

Puedes crear contenido de calidad, pero si nadie lo lee, tu estrategia de marketing de contenidos está condenada al fracaso.

Hablemos de las distintas técnicas que puedes utilizar para promocionar tu contenido.

Conecta con otros bloggers

Establecer relaciones con otros bloggers es fundamental para poder promocionar tu contenido y conseguir una mayor visibilidad en la red.

Construir esa relación de amistad y colaboración con otros bloggers requiere tiempo, pero es un esfuerzo que merece la pena ya que la recompensa es grande.

El primer paso para conectar con otros bloggers es crear una lista con el mayor número de blogs posibles relacionados con tu nicho de mercado. Puedes buscar en Google y en las redes sociales. En [Technorati](#) puede encontrar una enorme cantidad de blogs interesantes simplemente escribiendo una palabra clave.

El segundo paso es iniciar el contacto con los bloggers. Puedes hacerlo de diversas maneras: mencionándolos y hablando por las redes sociales, dejando varios comentarios en sus posts o mandando un correo electrónico diciendo que te encanta su contenido y que la información que ofrece es de gran ayuda.

Una vez hayas conseguido su confianza no tendrás grandes problemas para mandarle un email y conseguir que enlace algún post tuyo o que lo comparta en las redes sociales.

Conviértete en blogger invitado

Otra forma de promocionar tu contenido es participando como blogger invitado en otros blogs.

Para publicar tu contenido en otros blogs es importante haber realizado los dos pasos iniciales del punto anterior, es decir, tener una relación con el blog en el que quieres publicar tu artículo.

Una vez hayas conseguido eso, es sencillo conseguir publicar tu artículo. La calidad del contenido que publiques en otros blogs debe ser la misma que en tu propio blog. En cada artículo de invitado incluye un enlace a tu página principal e intenta enlazar también un post de tu blog que sea relevante para el artículo que has escrito.

Enlaza a otros blogs

Enlazar a otros blogs es una estrategia que funciona realmente bien para conseguir que posteriormente esos blogs te mencionen a ti.

Si tu blog tiene una cierta popularidad es mucho más fácil conseguirlo, ya que los otros bloggers le darán más importancia a tu mención.

Lo que debes hacer es crear contenido de calidad con regularidad, y en cada uno de tus posts mencionar un par o tres de posts de otros blogs que consideres que pueden ser interesantes para tus lectores.

Si lo haces así, no tengas ninguna duda de que tu contenido será tomado cada vez más en cuenta y conseguirás que otros blogs importantes te enlacen.

Escribe comentarios

Escribir comentarios en los blogs más populares y consolidados es una buena forma de conseguir tráfico y enlaces que sirvan de promoción de tu estrategia de marketing de contenidos.

Los enlaces de los comentarios son normalmente “nofollow”, por lo que tienen poca influencia en el posicionamiento de tu sitio web. No obstante, siempre está bien conseguir enlaces de sitios web importantes.

Es fundamental que tus comentarios sean elaborados y de una extensión considerable. Tus comentarios deben ser capaces de añadir valor al artículo original. De esta manera podrás colocar el enlace de alguno de tus posts sin correr el riesgo de que tu comentario sea rechazado.

Comenta siempre lo antes posible, a poder ser el mismo día que se publique el post para tratar de ser el primer comentario, ya que es el que consigue una mayor visibilidad.

Puedes utilizar una herramienta como [Feedly](#) para tener organizados los feed de los blogs en los que te interesa comentar. Entra al menos una vez al día y comprueba que artículos se han publicado.

Conclusión

Promocionar tus posts es imprescindible para conseguir que tu estrategia de marketing de contenidos consiga la visibilidad que deseas.

Las técnicas que te he mostrado, aplicadas correctamente, pueden ayudarte a conseguir esa visibilidad que tan importante es para tu blog y para tu negocio en Internet.

Marketing de Contenidos: El Nuevo SEO

El marketing de contenidos es una fantástica estrategia para generar tráfico hacia tu blog y para promocionar tu marca personal.

No obstante, aunque estos son los dos beneficios en los que muchos bloggers se centran, el marketing de contenidos puede ser también un gran medio para mejorar el SEO de tu blog y conseguir así en el medio y largo plazo atraer un volumen importante de tráfico desde los motores de búsqueda.

A continuación, te voy a mostrar unas cuantas formas en las que el marketing de contenidos puede ayudarte a mejorar el SEO de tu blog.

#1: Análisis de palabras clave y optimización interna

Google está centrando sus esfuerzos en intentar colocar en las primeras posiciones de sus resultados a aquellas páginas que ofrecen el contenido de mejor calidad. Es por ello, que los sitios web con contenido mediocre y que utilizaban técnicas poco éticas para posicionarse están siendo penalizados y eliminados de las búsquedas.

La publicación de contenido de gran calidad de forma constante te va ayudar a mejorar el SEO de tu blog y sin duda Google empezará a tener cada vez más en cuenta a tu blog.

No obstante, si a parte de publicar contenido de calidad con regularidad realizas un buen análisis de palabras clave para cada uno de tus artículos, los resultados que obtendrás serán mucho mejores.

Además de seleccionar la palabra clave adecuada, tendrás que optimizar el contenido de cada uno de tus posts para que la palabra clave que hayas seleccionado sea relevante para Google. Si no sabes cómo optimizar tu contenido te sugiero que le eches un vistazo al artículo "[Cómo Optimizar tu Contenido si no eres un Experto en SEO](#)".

#2: Creación de contenido viral (linkbating)

El link building es uno de los retos más complicado al que se enfrenta cualquier blogger que quiere posicionarse para una o varias palabras clave con una competencia importante. Si tu sitio web no dispone de enlaces

procedentes de otras páginas jamás podrá posicionarse para este tipo de palabras clave.

Para conseguir estos enlaces externos ya no puedes recurrir a estrategias de generación masiva de enlaces o a herramientas que generan enlaces de forma casi automatizada. Ahora la clave es generar enlaces de una forma natural, y no hay mejor forma de lograrlo que ofreciendo a tus lectores contenido que estén dispuestos a citar posteriormente en sus blogs.

El linkbating consiste precisamente en esto que te acabo de comentar. Cuando creas contenido de tanta calidad que tus seguidores están dispuestos a compartirlo y a enlazarlo estarás construyendo enlaces de forma natural y sin ningún tipo de esfuerzo.

Este contenido debe ser único y debe permitirte diferenciarte del resto de blogs de tu misma temática. Debes realizar un esfuerzo que el resto de bloggers no están dispuestos a realizar ya que esta es la única forma de aportar algo que realmente llame la atención y se convierta en una referencia. Ejemplos de este tipo de contenido pueden ser:

- **Guías detalladas:** identifica un problema o inquietud importante en tu nicho de mercado y redacta una guía explicándolo y ofreciendo una solución al problema. Debes realizar una investigación importante para poder entrar en todo tipo de detalles. La guía debería tener al menos unas 2500 palabras para asegurarte de que todo está bien explicado.
- **Infografías:** explicar un problema complicado de forma gráfica es sin duda una excelente forma de aportar contenido muy atractivo a tus lectores. Esto es lo que te permiten lograr las infografías. La clave para crear una infografía que atraiga enlaces es tratar un tema de interés y disponer de un buen diseño. Para ello, y si no tienes la capacidad para contratar un diseñador, puedes [comprar plantillas](#) ya diseñadas. Permite que otros bloggers utilicen tu infografía en sus blogs y asegúrate de que la imagen está enlazada con tu blog.
- **Videos explicativos:** la mejor forma de explicar el funcionamiento de una herramienta o de un programa es con un video. Por ese motivo, los videos tutoriales son otra forma de crear contenido que te permite resaltar y diferenciarte del resto. Para conseguir buenos resultados es muy importante que la calidad de la imagen y del sonido sean buenos.

Una vez dispongas de este contenido debes realizar un esfuerzo para promocionarlo, ya que si no dispones de una audiencia amplia posiblemente no obtengas todos los beneficios que puedes obtener.

Para ello contacta que otros bloggers para tratar de que lo compartan con sus lectores y con sus seguidores en las redes sociales. Si anteriormente ya has interactuado con otros bloggers y el contenido que has creado realmente merece la pena, seguro que obtendrás una buena respuesta.

#3: Promoción en las redes sociales

El hecho de que las redes sociales juegan un papel en el SEO de tu blog es una realidad. Google tiene en cuenta el número de veces que una pieza de contenido es compartida en las redes sociales para determinar su posicionamiento.

Para lograr la máxima exposición en las redes sociales no basta con publicar cualquier tipo de contenido. Sólo si tu contenido merece la pena, tus lectores se tomarán la molestia de compartirlo. Si has seguido los dos pasos anteriores no debes preocuparte, ya que dispones de un pieza de contenido de gran calidad que la gente está dispuesta a compartir.

Puedes utilizar la herramienta [Followerwonk](#) para encontrar a los usuarios de Twitter más influyentes para la palabra clave de tu contenido e intentar que estos lo compartan también con sus seguidores.

Conclusión

El marketing de contenidos y el SEO están relacionados y las acciones que está tomando Google últimamente están todas dirigidas en ese camino.

Por ese motivo, tienes que ver tu estrategia de marketing de contenidos como una oportunidad para mejorar el SEO de tu blog y matar así dos pájaros de un tiro.

¿Y Ahora Qué?

Este curso ha llegado ya a su fin.

Espero que la información que te he dado te sea de ayuda para empezar a construir tu lista de suscriptores o, si ya lo estás haciendo, para mejorar tus conversiones y aumentar el número de nuevos suscriptores día tras día. Recuerda que tu lista es el mayor activo del que dispones.

A partir de ahora, te mandaré una notificación a tu correo electrónico cada vez que publique un nuevo post en mi blog, además de contenido exclusivo para mis suscriptores.