

Bienvenidos a EN VIVO

Fundamentos del Blog

Presentado por:



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



Agenda

1. Por qué bloguear ayuda al Inbound marketing
2. Cómo crear un buen blog
3. Cómo luce un blog publicado 3 exitosamente





Ingresa tus preguntas en la
herramienta de Q&A de zoom.



¿Qué aprenderás en este webinar?

1. Cómo crear un blog en HubSpot
2. Mejores prácticas de blogging





La Ruta Inbound

ATRAER



SEO



BLOG



WEBSITE



SOCIAL



ANUNCIOS

El **39%** de los usuarios en línea utiliza buscadores para hacer compras a través de Internet.

CONVERTIR



CTAs



LANDING-PAGES



FORMULARIOS

La publicación de contenidos genera **3 veces** más oportunidades de venta que el marketing tradicional y cuesta un **62%** menos.

CERRAR



EMAIL MARKETING



MARKETING AUTOMATION



CRM



BASE DE DATOS DE CONTACTOS



LEAD-SCORING

Las empresas que emplean la nutrición de oportunidades de venta generan un **50%** más de ventas a un coste un **33%** menor.

DELEITAR



HUBSPOT CONNECT PARA INTEGRACIONES



SMART CONTENT



CORREOS TRANSACCIONALES



REPORTING & ANALYTICS

El **83%** de los consumidores han leído comentarios en línea para determinar la calidad de tu empresa.

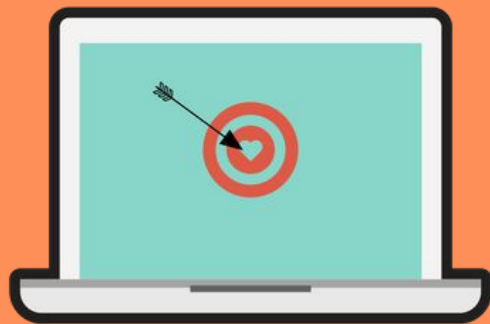


Inbound & Blog

¿Que es **bloguear**?



El **blog** es un lugar para publicar regularmente y promover contenido nuevo relacionado con tu negocio e industria.



Metodologia Inbound Marketing



Metodologia Inbound Marketing



Metodologia Inbound Marketing



Destácate como experto en
tu industria. Construye
confianza.



Promueve tus propuestas **estratégicamente**.

Si el visitante quiere saber más, proporcionarle el siguiente paso



The screenshot shows a website interface with a header bar containing the text "GESTIÓN DE CLIENTES", a search icon, and a red "Suscribirse" button. Below the header, there is a paragraph about sales opportunities and an editor's note. A large orange promotional banner is centered on the page, featuring a tablet image on the left and text on the right. The banner includes the heading "• GUÍA GRATIS •", the title "Cómo generar más oportunidades de ventas", and a "Descarga aquí >>" button. At the bottom of the page, it says "Originally published febrero 7 2018, updated".

Annotations with orange arrows point to specific elements:

- An arrow points from the text "¿Quieren aprender más sobre este tema?" to the "Descarga aquí >>" button on the banner.
- An arrow points from the text "¿Quieren suscribirse?" to the "Suscribirse" button in the header.

¿Quieren aprender más sobre este tema?

¿Quieren suscribirse?

Originalmente publicado febrero 7 2018, actualizado



Crear un buen blog

Mejores Prácticas en los blogs

- Elige un tema y un título.
- Formatea y optimiza la publicación.
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- Promueve tus blogs posts.
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



Mejores Prácticas en los blogs

- **Elige un tema y un título.**
- Formatea y optimiza la publicación.
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- Promueve tus blogs posts.
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



Elige un tema y un título.

Escribe contenido educativo.

Responde las preguntas o problemas a los que la gente busca respuestas.

Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾

MARKETING | LECTURA DE 8 MIN.

8 Tendencias de personalización que están reinventando el proceso de compra de los clientes

Escrito por Carolina Samsing
@CaroSamsing





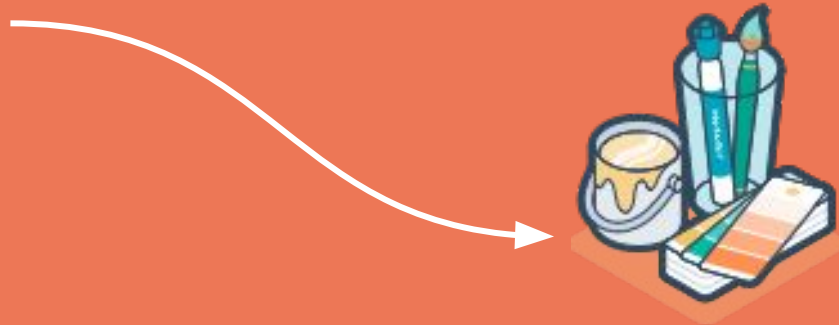
Si pensamos en las relaciones fuera de línea entre el cliente y la marca, la lealtad del cliente (en parte) nace cuando la marca puede formar una relación con el comprador con actos de cortesía. Por ejemplo, si la empresa conoce las preferencias del cliente o le recomienda un producto o servicio de acuerdo con lo que le gusta y lo que no.

Uno de los desafíos más grandes que enfrentan las empresas en la actualidad es crear la misma experiencia para los clientes en y fuera de línea. En esencia, cuando se logra eso, lo llamamos «personalización» o «marketing personalizado». Ya llegaremos a ese tema...

El proceso de compra de cada cliente es único, ya que son personas individuales y dinámicas con sus propios deseos, necesidades y...

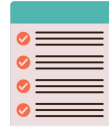


Escribe sobre tu industria,
no sobre tu mismo.



Elige un tema y un título.

Haz una lista de temas.



- Cuáles son las preguntas más frecuentes?
- Con qué necesita ayuda tu buyer persona?
- Qué deseas que la gente conozca acerca de tu industria?
- Sobre qué hablan los blogueros de la industria, las redes sociales y tus competidores?



Cuando eliges un tema, analiza las palabras claves

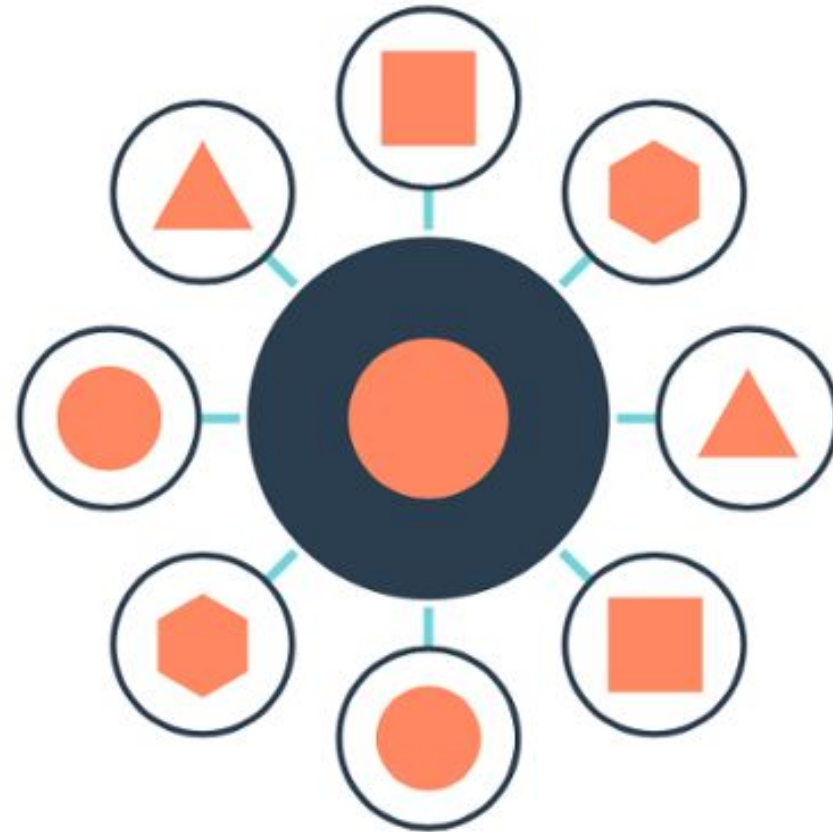
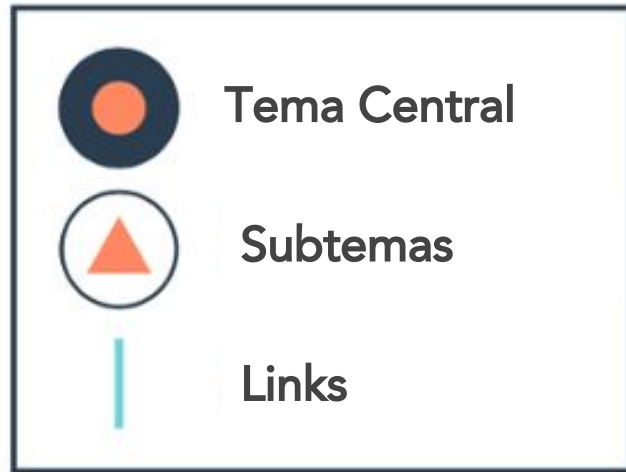
- Qué palabras claves utilizan las buyer personas?
- Cuáles están asociadas con tu industria?
- Escribe acerca de estos temas para ser encontrado y empieza a ranquear mejor en los motores de búsqueda.



Escoge un tema para
concentrarte en cada blog.



Topic Clusters



Empieza concretando un título y un tema para centrarte en un solo ángulo.



Tema:
"Escoger colores de pintura"



Titulo:
"Los mejores colores de pintura para tu cocina"



Elige un tema y un título.

Incluye una palabra clave de cola larga.

Debe basarse en el tema que has elegido para la publicación.

Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾

MARKETING | LECTURA DE 8 MIN.

8 Tendencias de personalización que están reinventando el proceso de compra de los clientes

Escrito por Carolina Samsing
@CaroSamsing





Si pensamos en las relaciones fuera de línea entre el cliente y la marca, la lealtad del cliente (en parte) nace cuando la marca puede formar una relación con el comprador con actos de cortesía. Por ejemplo, si la empresa conoce las preferencias del cliente o le recomienda un producto o servicio de acuerdo con lo que le gusta y lo que no.

Uno de los desafíos más grandes que enfrentan las empresas en la actualidad es crear la misma experiencia para los clientes en y fuera de línea. En esencia, cuando se logra eso, lo llamamos «personalización» o «marketing personalizado». Ya llegaremos a ese tema...

El proceso de compra de cada cliente es único, ya que son personas individuales y dinámicas con sus propios deseos, necesidades y...



Elige un tema y un título.

Deja claro el **valor** del post.

Establece las expectativas correctas – ¿qué va a conseguir el lector?

Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾

MARKETING | LECTURA DE 6 MIN.

Así es como doblamos la demanda utilizando herramientas gratis (y cómo puedes hacerlo tú también)

Escrito por Ana Isabel Sordo
@anaisabelsorfer





El año pasado [Jon Dick](#), el VP de marketing de HubSpot, retó al equipo de Marketing a doblar las oportunidades de venta, si es que lo lográbamos, lo podríamos llenar de slime (o como lo conocemos en mi generación, gak de Nickelodeon)

Además de doblar el número de demanda, estas oportunidades de venta tendrían que ser de buena calidad, es decir, que el equipo de ventas las considerara como oportunidades viables.

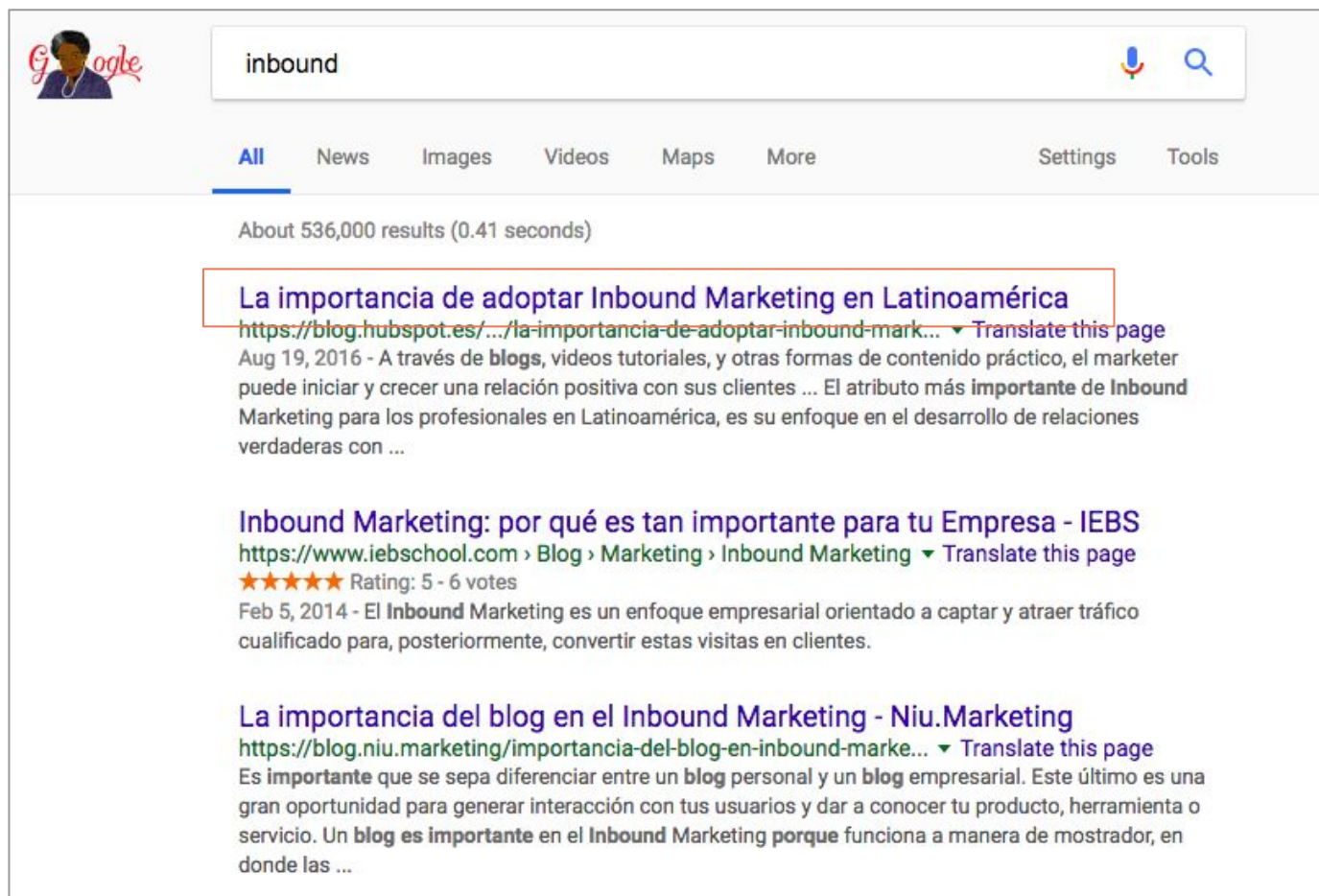
Sobra decirlo pero...¡El equipo de Marketing lo logró! Y Jon Dick tuvo que pagar:



Elige un tema y un título.

Mantén el título a menos de **60** caracteres.

Google solo muestra los primeros 50-60 caracteres de un título en los resultados de búsqueda



Mejores Prácticas en los blogs

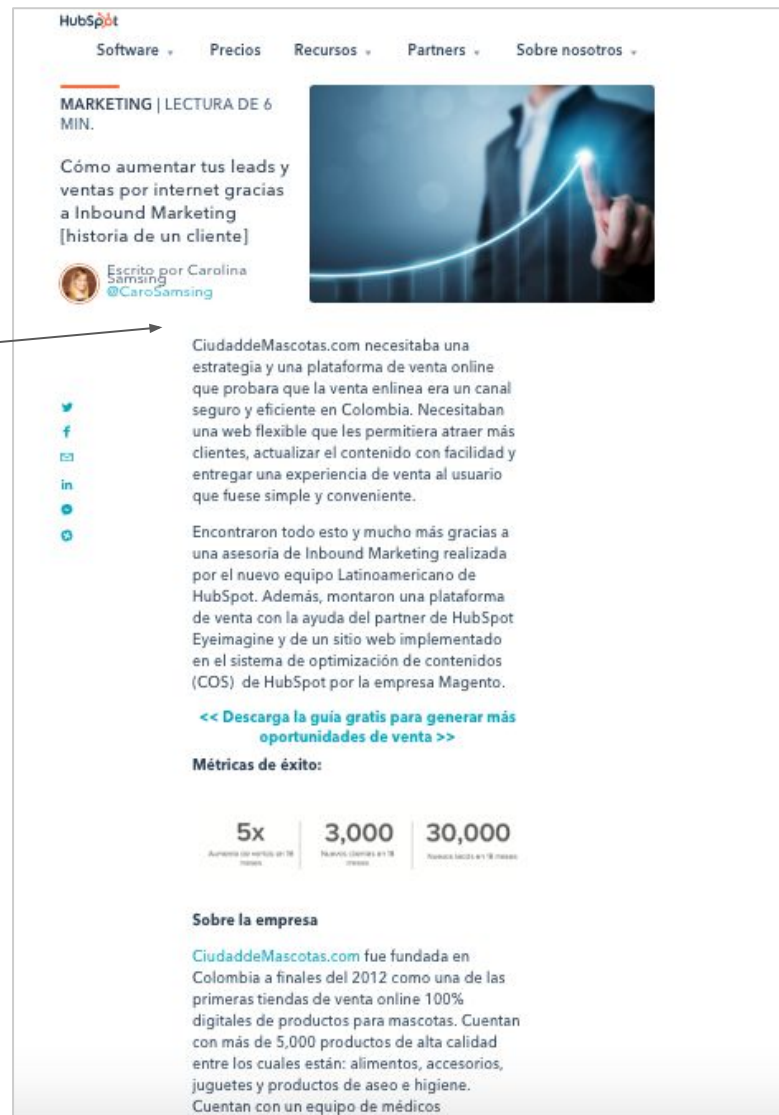
- Elige un tema y un título.
- **Formatea y optimiza la publicación.**
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- Promueve tus blogs posts.
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



Formatea y optimiza la publicación

Utiliza espacios
en **blanco**.

Esto permite al visitante
centrarse en el contenido, no
en el desorden.



HubSpot

Software · Precios · Recursos · Partners · Sobre nosotros

MARKETING | LECTURA DE 6 MIN.

Cómo aumentar tus leads y ventas por internet gracias a Inbound Marketing [historia de un cliente]

Escrito por Carolina Samsing @CaroSamsing

CiudaddeMascotas.com necesitaba una estrategia y una plataforma de venta online que probara que la venta online era un canal seguro y eficiente en Colombia. Necesitaban una web flexible que les permitiera atraer más clientes, actualizar el contenido con facilidad y entregar una experiencia de venta al usuario que fuese simple y conveniente.

Encontraron todo esto y mucho más gracias a una asesoría de Inbound Marketing realizada por el nuevo equipo Latinoamericano de HubSpot. Además, montaron una plataforma de venta con la ayuda del partner de HubSpot EyeImagine y de un sitio web implementado en el sistema de optimización de contenidos (COS) de HubSpot por la empresa Magento.

<< Descarga la guía gratis para generar más oportunidades de venta >>

Métricas de éxito:

5x	3,000	30,000
Aumento de tráfico en 18 meses	Nuevos clientes en 18 meses	Nuevos leads en 18 meses

Sobre la empresa

CiudaddeMascotas.com fue fundada en Colombia a finales del 2012 como una de las primeras tiendas de venta online 100% digitales de productos para mascotas. Cuentan con más de 5,000 productos de alta calidad entre los cuales están: alimentos, accesorios, juguetes y productos de aseo e higiene. Cuentan con un equipo de médicos



Formatea y optimiza la publicación

Usa encabezados de sección, viñetas o listas enumeradas para dividir la información.



The screenshot shows a HubSpot blog post. At the top, there's a navigation bar with links: Software, Precios, Recursos, Partners, and Sobre nosotros. Below the navigation bar, the article is categorized under 'MARKETING' and has a reading time of 'LECTURA DE 3 MIN.'. The title of the article is '6 Razones por las debes contratar un community manager en tu empresa'. The author is Yasnaya Guibert, with the handle @Yasnayagm. The article features a grid of 18 colorful icons representing various marketing and business concepts. Below the grid, there are social media sharing icons for Twitter, Facebook, Email, LinkedIn, Messenger, and WhatsApp. The main text of the article begins with a paragraph asking if one should have a community manager, followed by a sub-section titled '1. Mejorarás la imagen de tu marca'.

HubSpot

Software Precios Recursos Partners Sobre nosotros

MARKETING | LECTURA DE 3 MIN.

6 Razones por las debes contratar un community manager en tu empresa

Escrito por Yasnaya Guibert @Yasnayagm

¿Deberías o no tener un community manager en tu empresa? Esa es una pregunta que habitualmente se hacen los directivos de las PYMES, los autónomos y los emprendedores principiantes cuyos recursos son aún limitados. Contratar a un community manager les parece una idea demasiado alejada de su situación actual.

Sin embargo, por pequeño que sea tu negocio, si vendes al consumidor final (B2C), necesitas un community manager. Incluso si tu negocio es algo local, como una peluquería o un restaurante. Pero ¿por qué?

[<< Descarga gratis el kit para crear la estrategia comercial en tus redes sociales >>](#)

Existen varias razones importantes por las que contratar un community manager. Continúa leyendo para saber más sobre cada una de ellas.

1. Mejorarás la imagen de tu marca

Cuando un usuario busca en Google el nombre de una empresa y obtiene pocos o ningún resultado de forma inmediata, su reacción no suele ser positiva.



Formatea y optimiza la publicación

Negrita para la información importante.

Ayuda a los lectores a extraer los puntos claves de la publicación

<< Descarga la guía gratis para crear una campaña de seguimiento a prospectos >>

En el marco de la metodología inbound, la generación y seguimiento de *leads* tienen lugar cuando el visitante se convierte en contacto y este se va acercando a la decisión de compra para finalmente convertirse en promotor.



Entender las etapas de decisión del cliente

Existen muchos modelos de segmentación del ciclo de compra, pero en líneas generales podemos diferenciar tres grandes etapas:

- **Exploración.** En esta fase, tus *leads* descubren tu producto o servicio.
- **Evaluación.** Aquí los *leads* ya conocen tu producto o servicio y quieren saber más acerca de ellos. Están intentando determinar si tu oferta es la que mejor responde a sus necesidades.
- **Compra.** En esta etapa, los *leads* deciden adquirir tu producto o servicio, por lo que se convierten en clientes.



Formatea y optimiza la publicación

Incluye **imágenes** para dividir el texto visualmente.

Coloca una imagen en la parte superior de cada publicación para tentar a los visitantes a leer más

Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾

MARKETING | LECTURA DE 6 MIN.

Así es como doblamos la demanda utilizando herramientas gratis (y cómo puedes hacerlo tú también)



Escrito por Ana Isabel Sordo
[@anaisabelsorfer](#)





El año pasado [Jon Dick](#), el VP de marketing de HubSpot, retó al equipo de Marketing a doblar las oportunidades de venta, si es que lo lográbamos, lo podríamos llenar de slime (o como lo conocemos en mi generación, gak de Nickelodeon)

Además de doblar el número de demanda, estas oportunidades de venta tendrían que ser de buena calidad, es decir, que el equipo de ventas las considerara como oportunidades viables.

Sobra decirlo pero...¡El equipo de Marketing lo logró! Y Jon Dick tuvo que pagar:



Formatea y optimiza la publicación

Optimiza el post alrededor de la long-tail keyword o subtema

Está en el título de la página?

Está en la URL?

Está en el título del blog?



Está en el alt-text de las imágenes?

Se usa en el cuerpo de forma natural?

Está en los encabezados?



Formatea y optimiza la publicación

Incluye **enlaces**
internos y externos
relevantes en el
mismo contenido..

10) **Reachli**

Ahora que las imágenes y videos se están convirtiendo rápidamente en elementos indispensables para las empresas, la última recomendación es una herramienta que mide y optimiza el contenido visual. Es reconocido sobre todo por su análisis de Pinterest.

Si llegaste hasta aquí leyendo y le diste click a varias de estas herramientas te habrás dado de cuenta de que, por cada una, hay otras 10 que podrían gustarte.

Como dijimos, todo listado es arbitrario. Estas son las 10 gratuitas que hemos probado en GROU, aunque la que utilizamos actualmente **es la herramienta de Social Inbox de HubSpot** ya que nos permite tener la información más relevante dentro de una misma plataforma de marketing sin la necesidad de tener que acceder diariamente a diferentes plataformas.

Lo más importante es que entender el concepto de escucha activa, esencial en toda estrategia de marketing digital.

Para poder escuchar, hay que detectar a tiempo las conversaciones sobre la marca que se generan en el entorno online: por eso **el monitoreo es clave** y es una de las cinco actividades más importantes para desarrollar el Inbound Marketing de cualquier empresa.

Te compartimos además las **5 mejores prácticas para el manejo de redes sociales para tu empresa** ¡comparte tus comentarios!



¡EBOOK GRATIS!



Mejores Prácticas en los blogs

- Elige un tema y un título.
- Formatea y optimiza la publicación.
- **Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.**
- Promueve tus blogs posts.
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



Utiliza **blog** para promover
estratégicamente tus ofertas
actuales..



Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.

Incluye llamadas a la acción (CTAs) al final de cada blog post.

Aparecerán en todas tus publicaciones, por lo tanto, impactarán un amplio segmento de tus visitantes.

Para poder escuchar, hay que detectar a tiempo las conversaciones sobre la marca que se generan en el entorno online: por eso el monitoreo es clave y es una de las cinco actividades más importantes para desarrollar el Inbound Marketing de cualquier empresa.

Te compartimos además las [5 mejores prácticas para el manejo de redes sociales para tu empresa](#) ¡comparte tus comentarios!



Guía para el uso de redes sociales

DESCARGAR EBOOK

¡EBOOK GRATIS!

CADA RED SOCIAL TIENE DIFERENTES ENFOQUES Y AUDIENCIAS

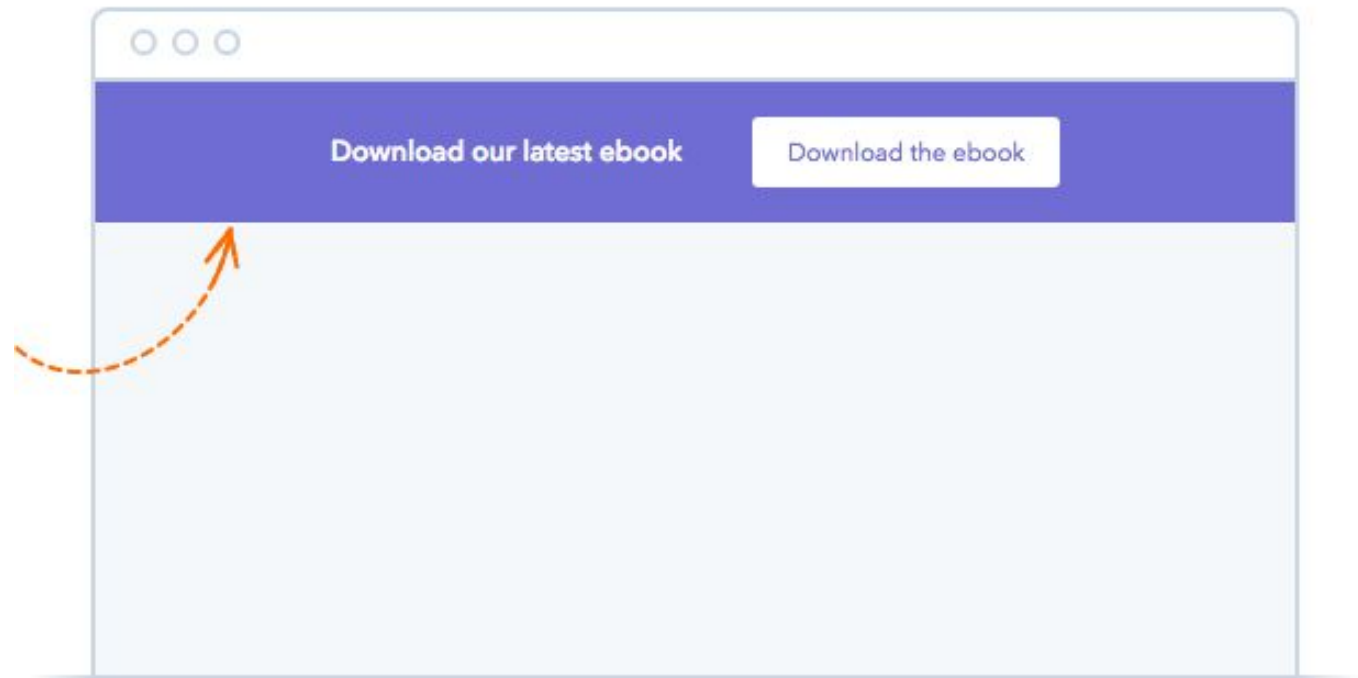
Prácticas para echar a andar redes sociales



Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.

Incluye llamadas a la acción (**CTAs**) en forma de banner.

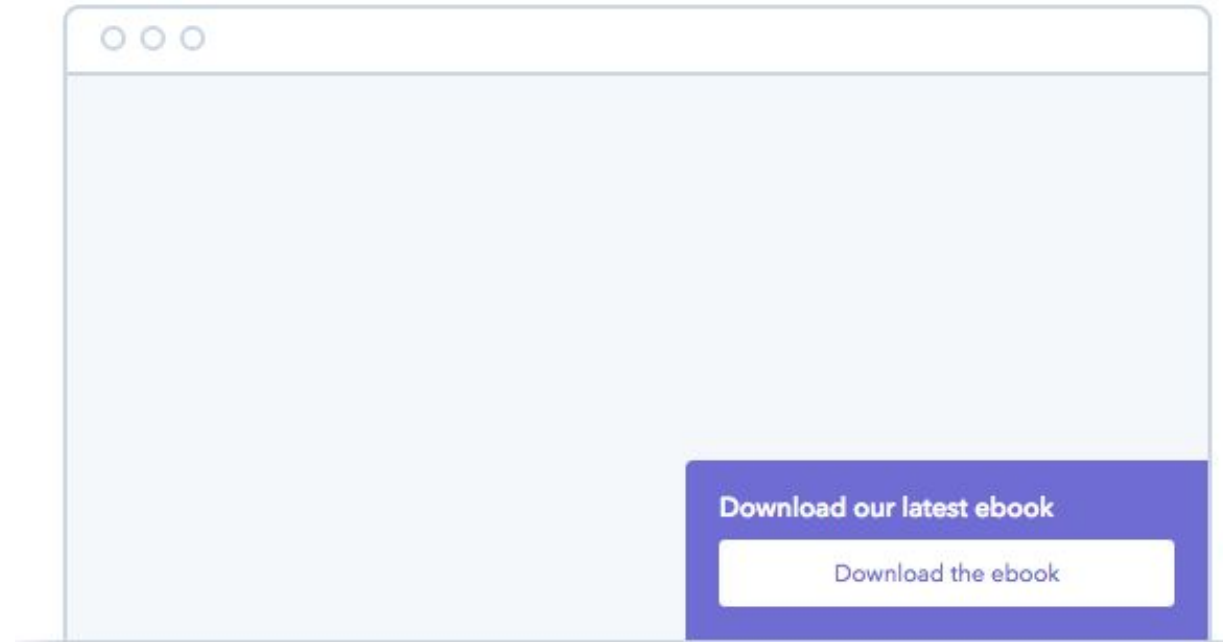
Aparecerán en todas tus publicaciones, por lo tanto, impactarán un amplio segmento de tus visitantes.



Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.

Incluye llamadas a la acción (CTAs) laterales.

Aparecerán en todas tus publicaciones, por lo tanto, impactarán un amplio segmento de tus visitantes.



Mejores Prácticas en los **blogs**

- Elige un tema y un título.
- Formatea y optimiza la publicación.
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- **Promueve tus blogs posts.**
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



Promueve tus blogs posts.

Haz enlaces
internos a tus
propios blog posts.

10) Reachli

Ahora que las imágenes y videos se están convirtiendo rápidamente en elementos indispensables para las empresas, la última recomendación es una herramienta que mide y optimiza el contenido visual. Es reconocido sobre todo por su análisis de Pinterest.

Si llegaste hasta aquí leyendo y le diste click a varias de estas herramientas te habrás dado de cuenta de que, por cada una, hay otras 10 que podrían gustarte.

Como dijimos, todo listado es arbitrario. Estas son las 10 gratuitas que hemos probado en GROU, aunque la que utilizamos actualmente [es la herramienta de Social Inbox de HubSpot](#) ya que nos permite tener la información más relevante dentro de una misma plataforma de marketing sin la necesidad de tener que acceder diariamente a diferentes plataformas.

Lo más importante es que entender el concepto de escucha activa, esencial en toda estrategia de marketing digital.

Para poder escuchar, hay que detectar a tiempo las conversaciones sobre la marca que se generan en el entorno online: por eso el **monitoreo es clave** y es una de las cinco actividades más importantes para desarrollar el Inbound Marketing de cualquier empresa.

Te compartimos además las [5 mejores prácticas para el manejo de redes sociales para tu empresa](#) ¡comparte tus comentarios!



¡EBOOK GRATIS!



Promueve tus blogs posts.

Aprovecha tu **sitio web.**

Promueve las publicaciones más populares o recientes en la barra lateral del blog y añade un enlace a los blogs desde tu página principal de navegación



Promueve tus blogs posts.

Comparte las publicaciones en las redes sociales.

Promuévelas cuando se publiquen e incluye botones para compartir en redes sociales en la parte superior de la publicación.



Promueve tus blogs posts.

Promueve las publicaciones **via email.**

Envía contenido relevante a tus buyer personas, incluye las publicaciones en las newsletters, y crea un email del blog para tus suscriptores



Escribe consistentemente y
frecuentemente.



Mejores Prácticas en los blogs

- Elige un tema y un título.
- Formatea y optimiza la publicación.
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- Promueve tus blogs posts.
- **Analiza el rendimiento de tus blog posts.**



Analiza el rendimiento de tus blog posts

Métricas para analizar el blog:

1. Revisa el número de visitas para cada blog publicado
2. Filtra tus artículos más populares por tema, autor o canal de promoción.
3. Revisa el número de clics en las llamadas a la acción (CTA) al final de cada blog.



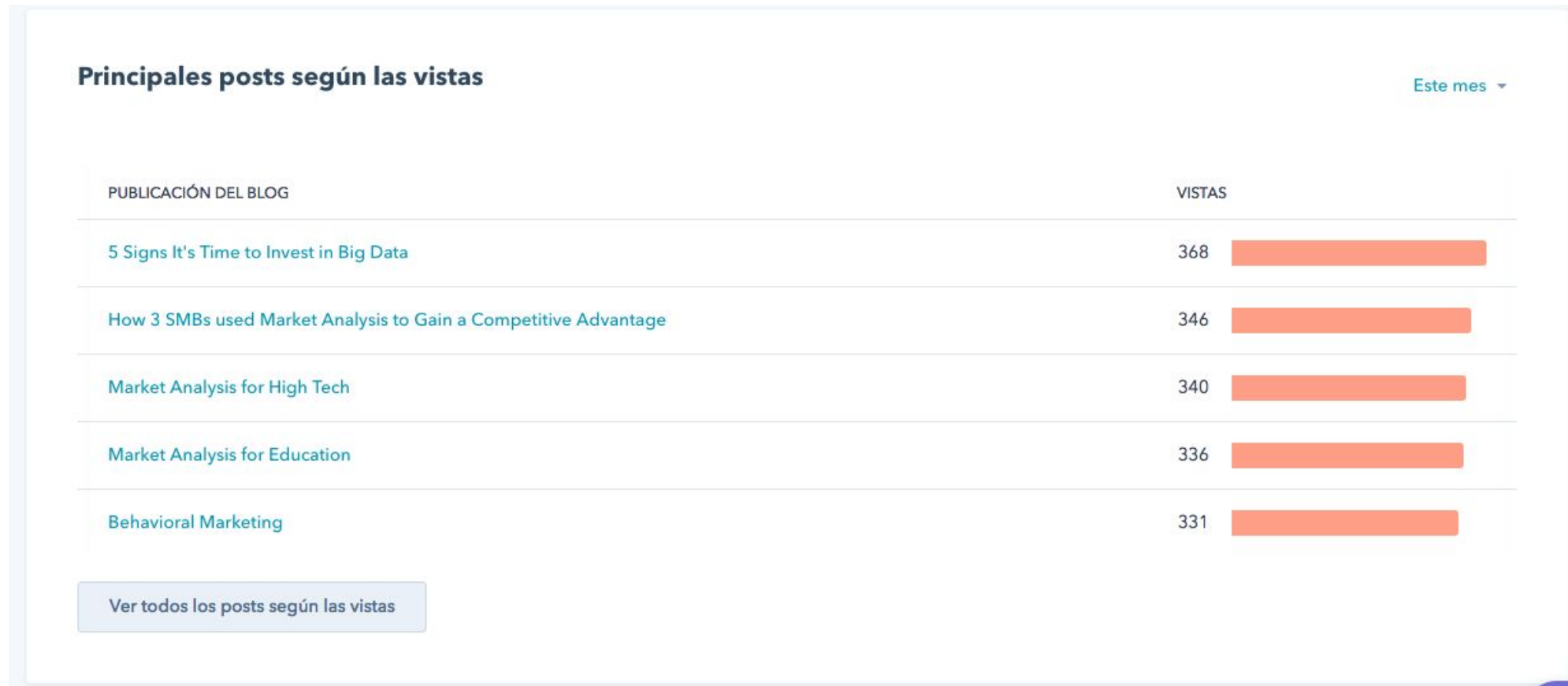
Analiza el rendimiento de tus blog posts

1. Revisa el número de visitas para cada blog publicado



Analiza el rendimiento de tus blog posts

2. Filtra tus artículos más populares por tema, autor o canal de promoción.



Analiza el rendimiento de tus blog posts

3. Revisa el número de clics en las llamadas a la acción (CTA) al final de cada blog.





Cómo luce un buen blog

Mejores Prácticas en los blogs

- Elige un tema y un título.
- Formatea y optimiza la publicación.
- Promueve tus propuestas en tu blog para aumentar la generación de prospectos.
- Promueve tus blogs posts.
- Analiza el rendimiento de tus blog posts



¿Se seleccionó un buen tema?

Tema Educativo

Tema del que tus
buyer personas
quieren leer

Escribir acerca de la
industria, no de ti mismo

The screenshot shows a blog post on the 'posted in' website. The header includes the site logo, navigation links for '¿QUÉ ES POSTEDIN?', 'BLOG', 'REDACTORES', and a 'COMPRAR CONTENIDO' button. The main title is 'GUÍA PASO A PASO: ¿CÓMO ENCONTRAR TÉRMINOS PARA SEO EN GOOGLE TRENDS?'. Below the title, it says 'Publicado miércoles 26 octubre, 2016 · Mercedes Martínez ·'. The main content starts with an introduction to Google Trends. To the right of the text is a 'SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER' section with input fields for 'Nombre', 'Apellido', and 'E-mail', and a 'SUSCRIBIRSE' button. Below the text is a 'COMPARTIR:' section with buttons for 'in LinkedIn', 'f Facebook', and 'Twitter'. At the bottom of the visible text, it says 'Pero antes de comenzar, es importante entender cómo es que Google Trends nos'. On the right side, there is a 'BUSCADOR' section with a search bar and a magnifying glass icon. At the bottom right, there is an orange button that says '¿CUÁNTO Y CON QUÉ FRECUENCIA SE DEBE'.

posted in

¿QUÉ ES POSTEDIN? **BLOG** REDACTORES **COMPRAR CONTENIDO**

GUÍA PASO A PASO: ¿CÓMO ENCONTRAR TÉRMINOS PARA SEO EN GOOGLE TRENDS?

Publicado miércoles 26 octubre, 2016 · Mercedes Martínez ·

Google Trends es una herramienta que nos permite conocer qué es lo que está en boca de todos y es tendencia. También nos deja analizar temas potenciales que podrían convertirse en Trending Topics en cuestión de horas o minutos. Se trata de una extensión del gigante de Internet que es muy fácil de usar, para que cualquier internauta pueda consultarlo; y de gran eficacia, para convertirse en una de las herramientas más solicitadas por profesionales.

COMPARTIR: [in LinkedIn](#) [f Facebook](#) [Twitter](#)

Si te encuentras en la etapa de la investigación de palabras o conceptos claves para añadir a tu campaña de marketing, o simplemente buscas keywords que posicionen mejor el post que estás a punto de redactar, toma en cuenta la siguiente Guía paso a paso para encontrar los términos adecuados en Google Trends, que seguro favorecerán el SEO de tu página o sitio web.

Pero antes de comenzar, es importante entender cómo es que Google Trends nos

SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER

Nombre

Apellido

E-mail

SUSCRIBIRSE

BUSCADOR

Buscar...

¿CUÁNTO Y CON QUÉ FRECUENCIA SE DEBE



¿Han seleccionado un título convincente?

El título sobresale!

Menos de 60 caracteres ✓

Long-tail keyword ✓

El valor del blog es claro

The screenshot shows a blog post on the 'posted in' website. The title is 'GUÍA PASO A PASO: ¿CÓMO ENCONTRAR TÉRMINOS PARA SEO EN GOOGLE TRENDS?'. The post is dated 'Publicado miércoles 26 octubre, 2016' by 'Mercedes Martínez'. The main text discusses Google Trends as a tool for finding trending topics and keywords. There are social sharing buttons for LinkedIn, Facebook, and Twitter. A newsletter sign-up form is on the right, and a search bar is at the bottom right. A green arrow points from the text 'El título sobresale!' to the title. Another green arrow points from 'Long-tail keyword' to the first paragraph. A third green arrow points from 'El valor del blog es claro' to the 'COMPARTIR:' section.

posted in

¿QUÉ ES POSTEDIN? [BLOG](#) REDACTORES [COMPRAR CONTENIDO](#)

GUÍA PASO A PASO: ¿CÓMO ENCONTRAR TÉRMINOS PARA SEO EN GOOGLE TRENDS?

Publicado miércoles 26 octubre, 2016 · Mercedes Martínez ·

Google Trends es una herramienta que nos permite conocer qué es lo que está en boca de todos y es tendencia. También nos deja analizar temas potenciales que podrían convertirse en Trending Topics en cuestión de horas o minutos. Se trata de una extensión del gigante de Internet que es muy fácil de usar, para que cualquier internauta pueda consultarlo; y de gran eficacia, para convertirse en una de las herramientas más solicitadas por profesionales.

COMPARTIR: [in LinkedIn](#) [f Facebook](#) [t Twitter](#)

Si te encuentras en la etapa de la investigación de palabras o conceptos claves para añadir a tu campaña de marketing, o simplemente buscas keywords que posicionen mejor el post que estás a punto de redactar, toma en cuenta la siguiente Guía paso a paso para encontrar los términos adecuados en Google Trends, que seguro favorecerán el SEO de tu página o sitio web.

Pero antes de comenzar, es importante entender cómo es que Google Trends nos

SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER

Nombre

Apellido

E-mail

[SUSCRIBIRSE](#)

BUSCADOR

Buscar...

[¿CUÁNTO Y CON QUÉ FRECUENCIA SE DEBE](#)



¿Qué mejores prácticas de formato identificas?

Negrita

Encabezado de sección

Imagenes

Espacios en blanco

Marketing Digital: 4 cosas que obsesionan de los chatbots/

posted.in

¿QUÉ ES POSTEDIN? BLOG REDACTORES COMPRAR CONTENIDO

1. Mejoran la experiencia del usuario



¿Necesitas el reporte del clima? ¿quieres leer los titulares noticiosos del día? ¿deseas resolver una duda sobre un proceso de compra? Pues, todo ello y mucho más se puede lograr en un par de segundos, desde una misma interfaz conversacional y sin restricciones de horarios.

Los bots pueden gestionar los requerimientos de los consumidores, entregar una respuesta satisfactoria e instantánea, y transformarse en un **canal de soporte en redes sociales**, plataformas de mensajería y sitios web. Es un ahorro de tiempo para los clientes y una ventaja competitiva para las empresas que opten por esta tecnología. Pero, no es tan simple. ¿Qué ocurriría si el Chatbot no es capaz de interpretar lo que solicita el usuario? Ahí entramos en el área de la inteligencia artificial, lo que veremos más adelante.

BUENAS PRÁCTICAS PARA UN BLOG CORPORATIVO

DESCARGA EL EBOOK

LEE MÁS DE



¿El post está optimizado para motores de búsqueda?

Título de la página

URL

Alt-text en las imágenes

Cuerpo

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.postedin.com/2018/04/03/marketing-digital-4-cosas-que-obsesionan-de-los-chatbots/>. The page title is "Marketing Digital: 4 cosas que obsesionan de los chatbots". The main heading of the article is "1. Mejoran la experiencia del usuario". Below the heading is an illustration of a man in a suit sitting at a desk with a laptop, with a window showing a night scene. The body text discusses the benefits of chatbots for user experience and mentions the use of artificial intelligence. On the right side, there is a sidebar with a "CATEGORÍAS" section listing various topics like "Contenidos para redes sociales", "Email Marketing", "Inbound Marketing", "Marketing de Contenidos", "Marketing Digital", "Posicionamiento SEO", and "Redactor Freelance". At the bottom right, there is a promotional banner for a book titled "BUENAS PRÁCTICAS PARA UN BLOG CORPORATIVO" with a "DESCARGA EL EBOOK" button. The page also features a "COMPRAR CONTENIDO" button in the top right corner and a "LEE MÁS DE" link at the bottom right.

Marketing Digital: 4 cosas que obsesionan de los chatbots

¿QUÉ ES POSTEDIN? BLOG REDACTORES COMPRAR CONTENIDO

1. Mejoran la experiencia del usuario



¿Necesitas el reporte del clima? ¿quieres leer los titulares noticiosos del día? ¿deseas resolver una duda sobre un proceso de compra? Pues, todo ello y mucho más se puede lograr en un par de segundos, desde una misma interfaz conversacional y sin restricciones de horarios.

Los bots pueden gestionar los requerimientos de los consumidores, entregar una respuesta satisfactoria e instantánea, y transformarse en un [canal de soporte en redes sociales](#), plataformas de mensajería y sitios web. Es un ahorro de tiempo para los clientes y una ventaja competitiva para las empresas que opten por esta tecnología. Pero, no es tan simple. ¿Qué ocurriría si el Chatbot no es capaz de interpretar lo que solicita el usuario? Ahí entramos en el área de la inteligencia artificial, lo que veremos más adelante.

BUENAS PRÁCTICAS PARA UN BLOG CORPORATIVO

DESCARGA EL EBOOK

LEE MÁS DE



¿Están promocionando las ofertas?

posted 

¿QUÉ ES POSTEDIN? **BLOG** REDACTORES **COMPRAR CONTENIDO**

La tecnología permite potenciar una estrategia de marketing digital, acelerando los procesos y llegando al corazón de los usuarios mediante innovación. Un buen ejemplo, son los Chatbots que, correctamente diseñados, posibilitan mantener una conversación atractiva y de valor. Pero, ¿qué los hace ser tan fascinantes? ¡conoce las 4 cosas que nos obsesionan de los Chatbots!

COMPARTIR:  LinkedIn  Facebook  Twitter

Lo que transmitimos construye realidad y genera sensaciones. Y justo ahí está la clave del éxito en la interacción humano-robot; si nos gustan y sirven sus respuestas, logrará conquistarnos. En caso contrario, cuando tenemos un diálogo mal configurado, la presencia del bot puede ser debut y despedida, sobre todo si el problema persiste en mensajes posteriores.

Por lo tanto, si lo incluimos en una estrategia de Marketing Digital, lo principal es definir objetivos claros, saber quiénes serán los usuarios y tener la capacidad para elaborar una conversación relevante, atractiva y fluida. Ese será el ADN de nuestro Chatbot.

Ahora vamos a los detalles. ¿Por qué estamos fascinados con estos software?

1. Mejoran la experiencia del usuario



← Formato de suscripción

← Se puede utilizar la barra lateral para promover otra propuesta



¿Están promoviendo la publicación?

posted 

¿QUÉ ES POSTEDIN? **BLOG** REDACTORES COMPRAR CONTENIDO

La tecnología permite potenciar una estrategia de marketing digital, acelerando los procesos y llegando al corazón de los usuarios mediante innovación. Un buen ejemplo, son los Chatbots que, correctamente diseñados, posibilitan mantener una conversación atractiva y de valor. Pero, ¿qué los hace ser tan fascinantes? ¡conoce las 4 cosas que nos obsesionan de los Chatbots!

COMPARTIR:  LinkedIn  Facebook  Twitter

Lo que transmitimos construye realidad y genera sensaciones. Y justo ahí está la clave del éxito en la interacción humano-robot; si nos gustan y sirven sus respuestas, **logrará conquistarnos**. En caso contrario, cuando tenemos un diálogo mal configurado, la presencia del bot puede ser debut y despedida, sobre todo si el problema persiste en mensajes posteriores.

Por lo tanto, si lo incluimos en una estrategia de Marketing Digital, lo principal es definir objetivos claros, saber quiénes serán los usuarios y tener la capacidad para elaborar una conversación relevante, atractiva y fluida. Ese será el ADN de nuestro Chatbot.

Ahora vamos a los detalles. ¿Por qué estamos fascinados con estos software?

1. Mejoran la experiencia del usuario



SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER

Nombre

Apellido

E-mail

SUSCRIBIRSE

BUSCADOR

Buscar...

¿CUANTO Y CON QUE FRECUENCIA SE DEBE PUBLICAR EN EL BLOG?

 **DESCARGAR WHITEPAPER**

CATEGORÍAS

- Contenidos para redes sociales
- Email Marketing
- Inbound Marketing
- Marketing de Contenidos

Botones para compartir en redes sociales

Enlaces a las últimas publicaciones



¿Están promoviendo la publicación?

Posts

Postedin
14 hrs · 🌐

Conoce los 5 aspectos que debe ofrecer un software de #EmailMarketing y, qué es lo deberías considerar a la hora de escoger uno.
¡Descúbrelo en el siguiente artículo!
#MarketingDigital



¿Qué debería ofrecer un software de Email Marketing?

Una parte importante del trabajo de Email Marketing, es el software que se utilizará para simplificar y automatizar el trabajo. Estos sistemas deben...

POSTEDIN.COM

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🌐

Tweets Tweets & replies Media

postedin @postedin · 2h

#RedesSociales: con 2.000 millones de usuarios alrededor del mundo, #Facebook tiene un nuevo indicador "Breaking News" que de seguro dará mucho qué hablar en #MarketingDigital



Conoce el nuevo indicador "Breaking News" de Facebook

Facebook ha realizado varios cambios durante el último año. La mayoría, orientados a mejorar la experiencia del usuario. Ahora sorprende con otr...

postedin.com

Postedin
15h

Inbound Marketing vs Outbound Marketing
Corrientes con metodologías y enfoques distintos, pero complementarias si nos centramos en el público.
...see more



Inbound Marketing v/s Outbound Marketing
postedin.com

2 Likes

👍 Like 💬 Comment ➦ Share



¡La Biblioteca de EN VIVO tiene un nuevo look!

<https://academy.hubspot.es/webinars-en-vivo>



¡Gracias!



Equipo EN VIVO
HubSpot



Alguna Pregunta?