



Bienvenidos a EN VIVO





Diana Cardoso
CSM LatAm | HubSpot



José Luis Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

Cómo crear una estrategia de blog para tu empresa



AGENDA

1. Por qué tu empresa necesita un blog
2. Pasos previos a empezar un blog
3. Lista de tareas para iniciar un blog
4. Cómo manejar un blog en crecimiento
5. Q&A



QUÉ APRENDERÁS HOY

1. Cómo un blog ayuda a una estrategia de marketing digital
2. Pasos iniciales y estrategia para implementar un blog en tu empresa
3. Mejores prácticas para manejar y crecer un blog



Ingresa tus preguntas
en la herramienta de

Q&A

de Zoom.





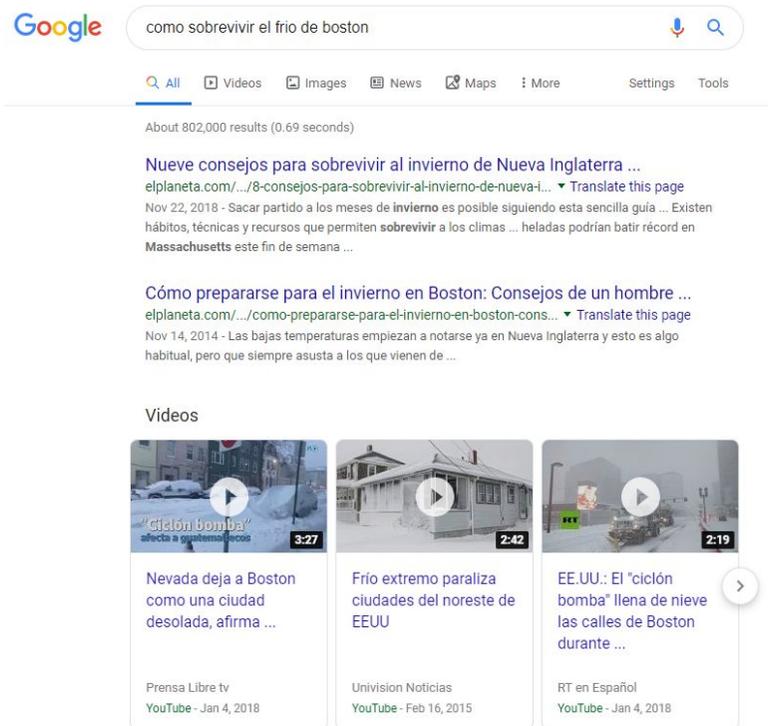
#1

Por qué tu empresa necesita un blog



¿Qué haces cuando tienes una pregunta?

Las empresas proveen respuestas para atraerte a su página web o marca



Google como sobrevivir el frio de boston

All Videos Images News Maps More Settings Tools

About 802,000 results (0.69 seconds)

Nueve consejos para sobrevivir al invierno de Nueva Inglaterra ...
elplaneta.com/.../8-consejos-para-sobrevivir-al-invierno-de-nueva-i...
Nov 22, 2018 - Sacar partido a los meses de **invierno** es posible siguiendo esta sencilla guía ... Existen hábitos, técnicas y recursos que permiten **sobrevivir** a los climas ... heladas podrían batir récord en **Massachusetts** este fin de semana ...

Cómo prepararse para el invierno en Boston: Consejos de un hombre ...
elplaneta.com/.../como-prepararse-para-el-invierno-en-boston-cons...
Nov 14, 2014 - Las bajas temperaturas empiezan a notarse ya en Nueva Inglaterra y esto es algo habitual, pero que siempre asusta a los que vienen de ...

Videos

"Ciclón bomba" afecta a gran parte de Boston 3:27
Prensa Libre tv
YouTube - Jan 4, 2018

Frío extremo paraliza ciudades del noreste de EEUU 2:42
Univision Noticias
YouTube - Feb 16, 2015

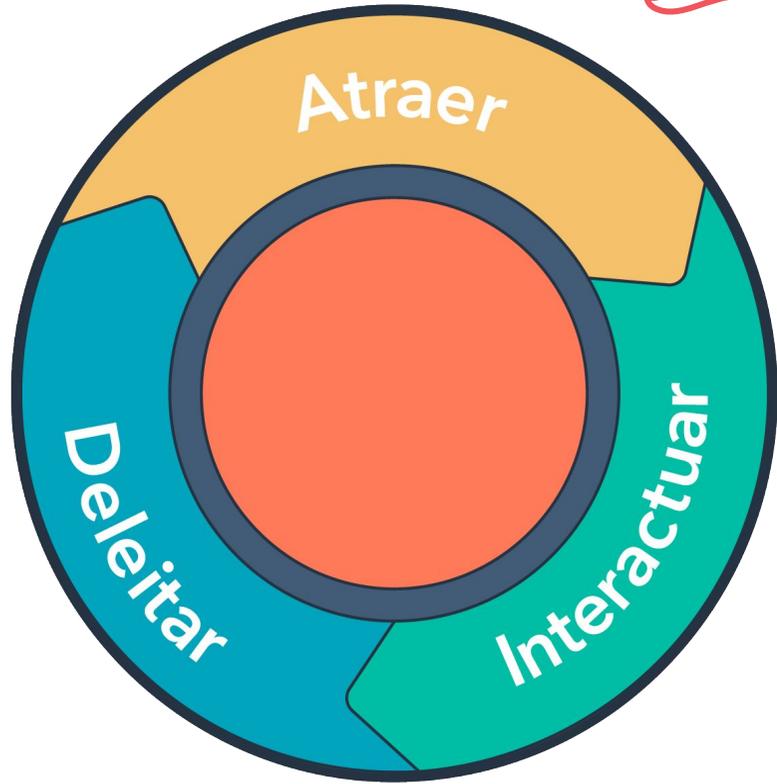
EE.UU.: El "ciclón bomba" llena de nieve las calles de Boston durante ... 2:19
RT en Español
YouTube - Jan 4, 2018

47%

47% de personas consumen 3 a 5 piezas de contenido antes de tomar el primer paso para hacer una compra.

Blogging Corporativo

Táctica de marketing basada en el uso de un blog para traer más visibilidad online a tu empresa



Atraer

Aquí es donde los prospectos ingresan a tu ciclo e interactúan con tu empresa por primera vez.

Por qué tu empresa necesita un blog:

- Atrae tráfico a tu sitio web.

434%

Los sitios web con un blog tienen **434%** más páginas web indexadas.



It's important that your #content supports visitors becoming customers, says @JustinRChampion. #SEO



Pillar Content: How to Create It

How to create a resource-driven content pillar page that Google will love – Content Marketing Institute

contentmarketinginstitute.com

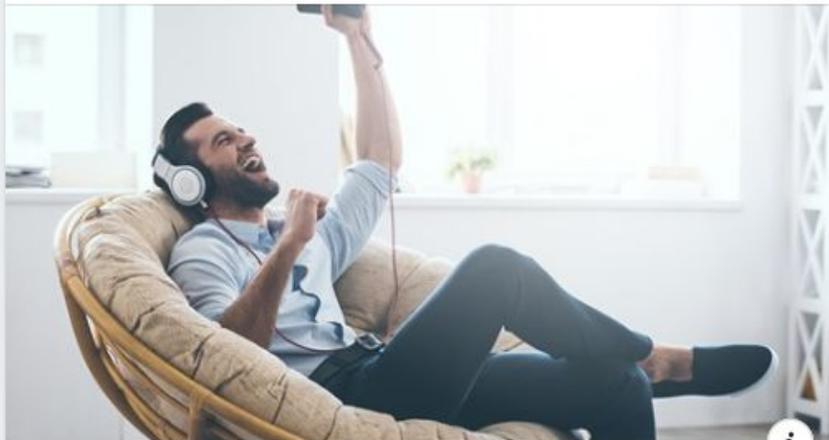
Cuando creas un artículo de blog estás creando contenido que la gente puede **compartir** en sus redes sociales.



HubSpot

May 30 at 2:26 PM · 🌐

¿Eres de los que trabaja mejor con música?



BLOG.HUBSPOT.ES

23 Canciones para motivarte en la oficina

Nuestra lista de reproducción motivadora te dará el ánimo necesario para...



23

1 Comment 9 Shares

Un blog potencia tu
presencia en redes sociales.

Publicaciones fáciles y más útiles en redes.

Por qué tu empresa necesita un blog:

- Atrae tráfico a tu sitio web.
- Ayuda a convertir el tráfico en leads.

Los leads orgánicos tienen una tasa de cierre de 14.6%. La de los leads outbound es 1.7%

Por qué tu empresa necesita un blog:

- Atrae tráfico a tu sitio web.
- Ayuda a convertir el tráfico en leads.
- Posiciona a tu empresa como líder e influenciador en la industria.

Un blog puede ser una herramienta muy útil para **los equipos de ventas y servicio.**





Son material educativo para apoyar tu
proceso de ventas.

Por qué tu empresa necesita un blog:

- Atrae tráfico a tu sitio web.
- Ayuda a convertir el tráfico en leads.
- Posiciona a tu empresa como líder en la industria.
- Impulsa resultados sostenibles y de largo plazo.

9 Steps to an Awesome Lead Nurturing Workflow

Jan 13, 2014



By Dolly Howard

Inbound marketing doesn't stop when a visitor clicks a call-to-action and fills out a form... that's just the beginning of the conversation. If you haven't been implementing lead nurturing into your inbound plan, up to 79 percent of your marketing leads may never convert to sales.

Let's aim higher than these conversion rates by rolling up our sleeves, adding some awesome workflows, and really make a connection:

Step 1: Have a solid understanding of your sales cycle

Understanding where your lead is in your sales cycle sets the stage

Diciembre 2013 desempeño del blog post:

- 115 visitas
- 0 leads

9 Steps to an Awesome Lead Nurturing Workflow

Jan 13, 2014



By Dolly Howard

Inbound marketing doesn't stop when a visitor clicks a call-to-action and fills out a form... that's just the beginning of the conversation. If you haven't been implementing lead nurturing into your inbound plan, up to 79 percent of your marketing leads may never convert to sales.

Let's aim higher than these conversion rates by rolling up our sleeves, adding some awesome workflows, and really make a connection:

Step 1: Have a solid understanding of your sales cycle

Understanding where your lead is in your sales cycle sets the stage

Desempeño del blog post en **58 meses**:

- 4767 visitas
- 230 leads

38%

Los artículos que son siempre relevantes y de interés representan el 38% del tráfico total de un blog.

Por qué tu empresa necesita un blog:

- Atrae tráfico a tu sitio web.
- Ayuda a convertir el tráfico en leads.
- Posiciona a tu empresa como líder en la industria.
- Impulsa resultados sostenibles y de largo plazo.



#2

Pasos previos a empezar un blog



Pasos previos a empezar un blog

1. Definir el propósito del blog
2. Identificar la audiencia del blog
3. Establecer metas claras y medibles
4. Investigar online
5. Asignar recursos para el blog
6. Utilizar el blog para impulsar una estrategia de contenido basada en temas



1

Definir el propósito del blog

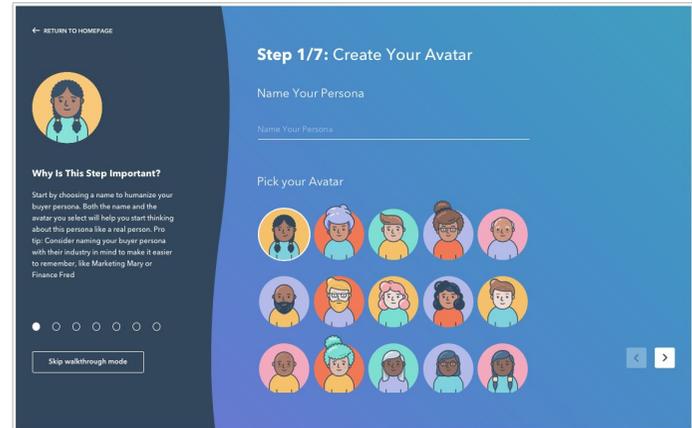
¿Por qué estoy escribiendo este
blog?



2

Identificar la audiencia del blog

- **Buyer Personas:** representación semi-ficticia de nuestro comprador ideal
- ❖ Es importante tener un Buyer Persona definido y tener **empatía** con éste



3

Establecer metas claras y medibles (Metas SMART)

Metas SMART:

1. Específicas
2. Medibles
3. Alcanzables
4. Relevantes
5. Temporal



Metas que deben ser prioridad en un blog:

1. Tráfico orgánico

- Aumentar tráfico orgánico al blog, mínimo, en un 6% mensual= incremento de un 100% en un año

2. Tasa de suscripción a correo electrónico

- Lograr que el 20% de su tráfico se suscriba al envío de sus correos electrónicos (newsletter/blog)



Metas que deben ser **prioridad** en un blog:

3. Creación de contenido

- Crear un artículo de blog cada dos semanas

4. Conexión con influenciadores de la industria

- Conectarse con un influenciador al mes



4

Investigar Online

Buscar **palabras clave y temas** bien posicionados en los motores de búsqueda

- ¿Qué contenido ya existe?
- ¿Qué contenido, que agregue valor, puedo generar?



Pro Tip:

Investigar y analizar los 10 primeros resultados obtenidos en los motores de búsqueda

5

Asignar recursos para el blog

Construir un blog requiere inversión de tiempo y de capital humano:

- Calidad
- Estrategia

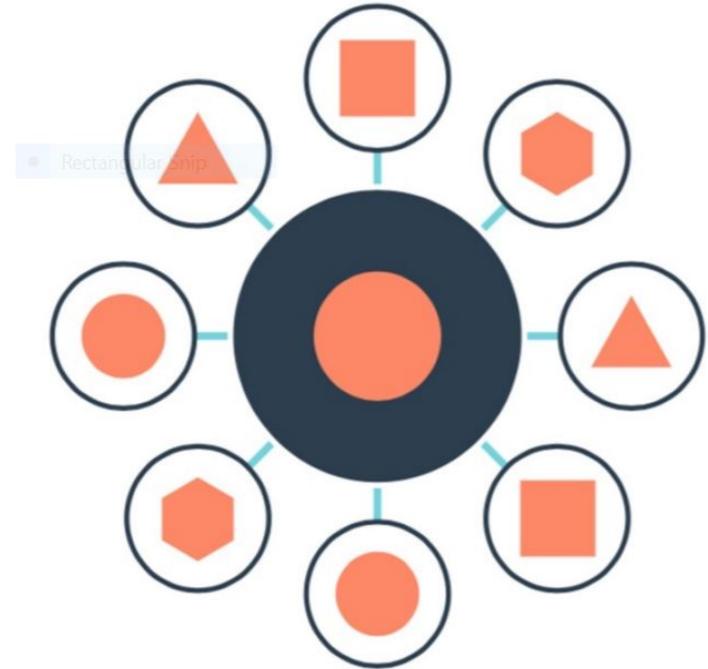
Una vez alcanzada la calidad, es momento de pensar en la **cantidad**.



6

Utilizar el blog para impulsar una estrategia de contenido basada en temas

- Modelo de Topic Cluster:



Webinar EN VIVO

Páginas Pilares y Topic Clusters

Páginas Pilares y Topic Clusters

Episodio 20

[Regístrate Ahora](#)

[Descargar Diapositivas](#)



Navega El Video

Mira el webinar completo, o navega directo a una sección con los siguientes enlaces:

- [Introducción](#)
- [Qué es una página pilar y los componentes de un topic cluster](#)
- [Ejemplo de Topic Cluster](#)
- [Tipos de páginas pilares](#)
- [Ejemplos de páginas pilares de cada tipo](#)
- [Pasos para crear una página pilar 10x](#)
- [Tips para el layout de una página pilar 10x](#)
- [Cómo crear una página pilar en HubSpot](#)
- [Consejos adicionales para páginas pilares](#)
- [Cómo medir el desempeño de una página pilar](#)
- [Q&A](#)





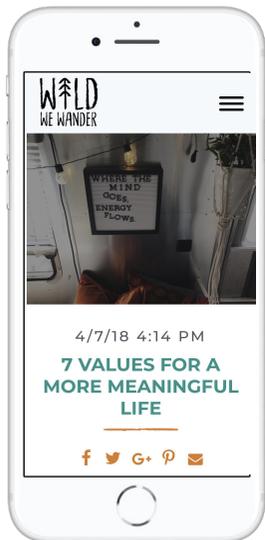
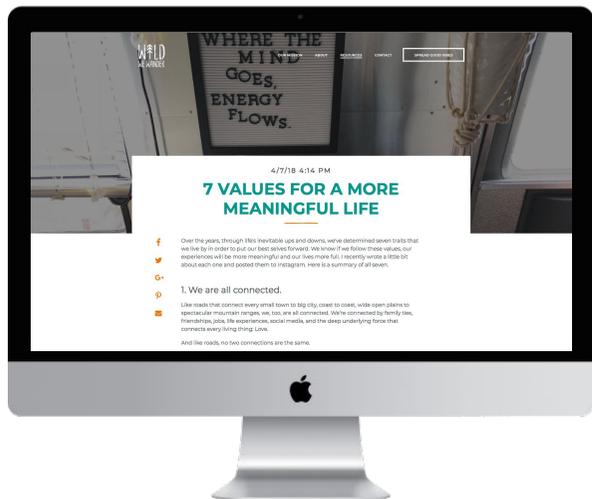
#3

Lista de tareas para iniciar un blog



Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla



Cuando escojas la **plantilla**, considera:

- Utilizar una que sea “responsive” a diferentes versiones.

HubSpot

Software ▾ Pricing Resources ▾ Partners ▾ About ▾

SALES | 13 MIN READ

The Ultimate Guide to Sales Qualification

Written by Leslie Ye
@lesliezye



One of the most important conversations salespeople have with their prospects is the discovery call. Here lies the proverbial fork in the road for you and your prospect. Either they're a good fit for your product or service and you can move forward with the relationship, or it's time to part ways.

But it's not always immediately obvious which path to take. That's where sales qualification comes in. By asking the right questions, you'll be able to determine whether the relationship should continue, and if so, what next steps are appropriate. This guide will walk you through the fundamentals of sales qualification, five different frameworks you can use, and provide pointers on disqualification and conversational tip-offs to listen for.

Use the table of contents below to navigate through the guide:

1. [What Is a Qualified Prospect?](#)
2. [When to Disqualify](#)
3. [Why Disqualifying Isn't a Bad Thing](#)
4. [What Is a Qualifying Question?](#)
5. [What Is BANT?](#)
6. [MEDDIC, CHAMP Sales, & 3 More Qualification Frameworks](#)
7. [Qualifying Leads: The Qualification Process](#)

What Is a Qualified Prospect?

Cuando escojas la **plantilla**, considera:

- Utilizar una que sea "responsive" a diferentes versiones.
- Incluir botones para compartir en redes sociales.

94%

94% de las personas que comparten una publicación es porque consideran que puede ser útil para otros.

HubSpot

Software ▾ Pricing Resources ▾ Partners ▾ About ▾

SALES | 13 MIN READ

The Ultimate Guide to Sales Qualification

Written by Leslie Ye
@lesliezye



One of the most important conversations salespeople have with their prospects is the discovery call. Here lies the proverbial fork in the road for you and your prospect. Either they're a good fit for your product or service and you can move forward with the relationship, or it's time to part ways.

But it's not always immediately obvious which path to take. That's where sales qualification comes in. By asking the right questions, you'll be able to determine whether the relationship should continue, and if so, what next steps are appropriate. This guide will walk you through the fundamentals of sales qualification, five different frameworks you can use, and provide pointers on disqualification and conversational tip-offs to listen for.

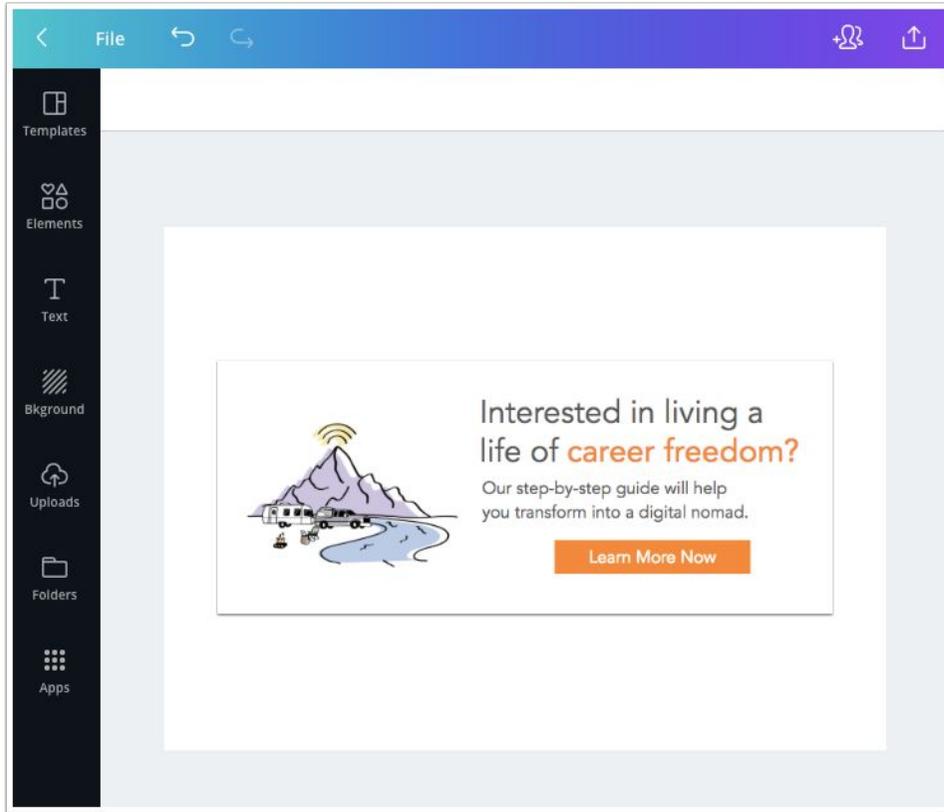
Use the table of contents below to navigate through the guide:

1. What Is a Qualified Prospect?
2. When to Disqualify
3. Why Disqualifying Isn't a Bad Thing
4. What Is a Qualifying Question?
5. What Is BANT?
6. MEDDIC, CHAMP Sales, & 3 More Qualification Frameworks
7. Qualifying Leads: The Qualification Process

What Is a Qualified Prospect?

Cuando escojas la **plantilla**, considera:

- Utilizar una que sea “responsive” a diferentes versiones.
- Incluir botones para compartir en redes sociales.
- Ofrecer una tabla de contenidos que permita navegar a través de la publicación.



Considera crear llamados a la acción de imagen en herramientas gratis como **Canva**.

Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla
- Prepara una página principal

Welcome to Our Blog, It's Good to See You

Subscribe to our blog and we'll give you our "Introduction to Lead Generation" Guide as a bonus :)



Email

SUBSCRIBE

Pick a topic, any topic.

RECENT POSTS LEAD GENERATION LEAD NURTURING MARKETING TECHNOLOGY INBOUND MARKETING

<p>WHAT WE'RE TALKING ABOUT... WORKFLOW AUTOMATION</p>	<p>Don't go!</p>	<p>WHAT WE'RE TALKING ABOUT... USING CHATBOTS FOR CONVERSION OPTIMIZATION</p>
<p>By Campaign Creators</p>	<p>By Daniel Loest</p>	<p>By Campaign Creators</p>
<p>WHAT WE'RE TALKING ABOUT... WORKFLOW AUTOMATION</p>	<p>10 B2B MARKETING EXPERTS' KILLER CUSTOMER RETENTION STRATEGIES TO DECREASE CUSTOMER CHURN</p>	<p>WHAT WE'RE TALKING ABOUT...USING CHATBOTS FOR CONVERSION OPTIMIZATION</p>
<p>We all know time is money. In fact, most businesses are deadline driven, which means that the faster tasks get done, the more...</p>	<p>Customer churn, also known as customer attrition, occurs when a business loses a customer. In a product-based business, say...</p>	<p>Customers love quality service. In certain businesses, such as retail or food service, it is often their highest priority....</p>
<p>(8 min read)</p>	<p>(10 min read)</p>	<p>(7 min read)</p>
<p>Topics: Email Nurture, Nurture Marketing, Marketing Workflows</p>	<p>Topics: Customer Retention, Customer Churn, Customer Retention Strategies</p>	<p>Topics: Conversion Tools, Conversion Optimization, Conversion Optimization Tools</p>

Cuando estés preparando tu **página principal del blog**, considera:

- Agregar un llamado a la acción de suscripción de blog.
- La longitud del texto previo.
- Si quieres o no que haya una visualización.
- Otras cosas específicas que quieras agregar.

<p>WHAT WE'RE TALKING ABOUT... OPTIMIZING YOUR SALES PROCESS</p>		<p>Grow Better INNOVATION imagine the future</p>
--	--	--

Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla
- Prepara un listado de página
- Configura las categorías del blog

Elige la **menor cantidad** de categorías que necesites para cubrir sus bases

BIBLIOTECA DE CONTENIDOS

Los mejores recursos de marketing y ventas para mantenerte al día

Temas **Tipo de Contenido**

- Marketing
- Ventas
- Marketing de Contenidos
- Diseño
- Páginas Web
- Redes Sociales
- Metodología Inbound
- Email Marketing
- CRM

3,000 DESCARGAS

INSPIRACIÓN PARA EL DISEÑO DE SITIOS WEB

Inspiración para el diseño de sitios web

7 ejemplos de páginas principales

5,000 DESCARGAS

Guía completa con técnicas avanzadas de marketing en Instagram

Guía completa con técnicas avanzadas de marketing en Instagram

Pro Tip:

Intenta mantener tus categorías por debajo de 15.

Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla
- Prepara un listado de página
- Configura las categorías del blog
- Crea perfiles para los autores de tu blog

Pro Tip:

Considera dedicar una página de sitio para cada biografía de autor, así puedes mostrar otras publicaciones que el autor haya escrito.

Blog



Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾

MARKETING | LECTURA DE 6 MIN.

La psicología de la personalización: por qué deseamos experiencias personalizadas



Escrito por **Ana Isabel Sordo**
@anaisabelsorfer



Los años oscuros.



Para quienes no están familiarizados con la historia medieval, "los años oscuros" hacen referencia a un período de degradación tecnológica invalidante. Una época en la que no había Amazon.com, ni Netflix, ni Hulu, ni Spotify, Pandora ni servicios de radio satelitales.



Durante los años oscuros, los consumidores no recibían recomendaciones personalizadas en función de sus compras anteriores. Tampoco recibían recomendaciones personalizadas de música, películas o programas de televisión nuevos sobre la base de los que ya habían escuchado o visto.



[<< Descarga gratis la guía para implementar marketing personalizado >>](#)



De hecho, si querían ver su programa de televisión favorito, debían



Sitio de página dedicada a la biografía del autor



Knowledge

Software ▾ Precios Recursos ▾ Partners ▾ Sobre nosotros ▾



Ana Isabel Sordo

<http://blog.hubspot.es/marketing>

Estratega en Marketing de Contenidos para HubSpot Latinoamérica. Cafeginómana, apasionada por el buceo, el baile flamenco y los deportes al aire libre. Síguela en Twitter @anaisabelsorfer



More from Ana Isabel Sordo



El manual completo de las estrategias de marketing



12 ejemplos geniales que demuestran la importancia de reutilizar contenido



SEO On Page: consejos para optimizar con palabras clave las secciones más

Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla
- Prepara un listado de página
- Configura las categorías de tu blog
- Crea perfiles de los autores de tu blog
- Decide cómo vas a manejar los comentarios de tu blog

Mejores Prácticas de comentarios de blog para considerar:

- Permite comentarios en todas tus publicaciones de blog
- Aprueba los comentarios antes de publicarlos en tu blog
- Activa las notificaciones de comentarios
- Establece un proceso para manejar comentarios

Lugares para empezar a **manejar** los comentarios de tu blog:

Implementar aprobación de todos los comentarios de tu blog



1 comment selected  Delete  Mark as Spam  Mark as Approved

 I have no website and I'm not a blogger whatsoever. I would like to thank you for [\[redacted\]](#) Sep 14, 2018
[See more](#)

Recibe notificaciones de comentarios



New comment on the post [Your Guide to Creating a Sustainable Content Marketing Plan](#)

User: [redacted]
Email Address: [redacted]
Commenter website: [redacted]
Comment:
Hi Justin, I love the way you have described content marketing as a savings account. Execution is where most of us fail. Is overwhelming for creative people like me. I have an incredible flow of ideas, and time is so limited to create all these content. Regards.
Comment permalink: [redacted]

Actions

[Delete](#) | [Mark as Spam](#)

You are receiving this email either because you were the author of this blog post or because you signed up for comment notifications for the entire blog. [Log in to HubSpot to change your settings.](#)



Es importante saber **quién** va a responder los comentarios y cuándo

Lista de tareas para iniciar un blog:

- Elige un estilo y una plantilla
- Prepara un listado de página
- Configura tus etiquetas de categoría
- Crea tus perfiles de autores de tu blog
- Decide cómo vas a manejar los comentarios de tu blog
- Establece un proceso para que las personas se suscriban a tu blog



Cuando vayas a crear el proceso en la suscripción de correos de tu blog considera:

- Crear un formulario de suscripción
- Crear correos de suscripción



Hi Ariele,

Thanks for subscribing to HubSpot's Marketing Blog!

You're signed up to get daily email notifications about new marketing content, but you can change your email preferences or subscribe to our other blogs by visiting the [HubSpot Blog Subscription Center](#) at any time.

- [The Ultimate Collection of Free Content Marketing Templates](#)
- [Color Theory 101: How to Choose the Right Colors for Your Designs](#)
- [Type A vs. Type B: Does Personality Type Matter at Work?](#)

HubSpot 25 1st St. Cambridge MA 02141 USA

You received this email because you are subscribed to Marketing Blog Notifications from HubSpot.

[Unsubscribe from HubSpot Blog emails or update your blog email preferences.](#)

Cuando vayas a crear el proceso en la suscripción de correos de tu blog considera:

- Crear un formulario de suscripción
- Crear correos que van a ser enviados a tus suscriptores



Hi Courtney,

Here's your daily roundup of our latest and greatest marketing posts.

[10 Examples of Effective Re-Engagement Emails](#)

By Scott Cohen, Wednesday, December 20, 2017 6:00 AM



A whopping number of emails hit your subscribers' inboxes each day. With so much competition for attention, it's inevitable that a percentage of your subscriber list will lose interest in and stop engaging with your email marketing campaigns. It may not seem like a huge deal, but as a great percentage of your list stops engaging, the greater the risk you run of damaging your sender reputation and your email deliverability rates.

[Read Full Article >](#)

Cuando vayas a crear el proceso en la suscripción de correos de tu blog considera:

- Crear un formulario de suscripción
- Crear correos que van a ser enviados a tus suscriptores



#4

Cómo manejar un blog en crecimiento



Tips para un blog en crecimiento:

- Optimiza el contenido para obtener conversiones.

Después de cierto punto la mejor estrategia es probar **y así identificar qué le gusta a tu audiencia.**

Buyer's Journey

El proceso de investigación de un buyer persona previo a una compra.

```
graph LR; A[Etapa de Descubrimiento] --> B[Etapa de Consideración]; B --> C[Etapa de Decisión];
```

Etapa de
Descubrimiento

Etapa de
Consideración

Etapa de
Decisión

No esperes que tu audiencia
esté consciente de **cuál es su
journey.**

Tips para un blog en crecimiento:

- Optimiza el contenido para obtener conversiones.
- Mantén actualizada tu biblioteca de contenido.

Los artículos de blog tienen
valor durante **un buen
periodo de tiempo.**

9 Steps to an Awesome Lead Nurturing Workflow

Jan 13, 2014



By Dolly Howard

Inbound marketing doesn't stop when a visitor clicks a call-to-action and fills out a form... that's just the beginning of the conversation. If you haven't been implementing lead nurturing into your inbound plan, up to 79 percent of your marketing leads may never convert to sales.

Let's aim higher than these conversion rates by rolling up our sleeves, adding some awesome workflows, and really make a connection:

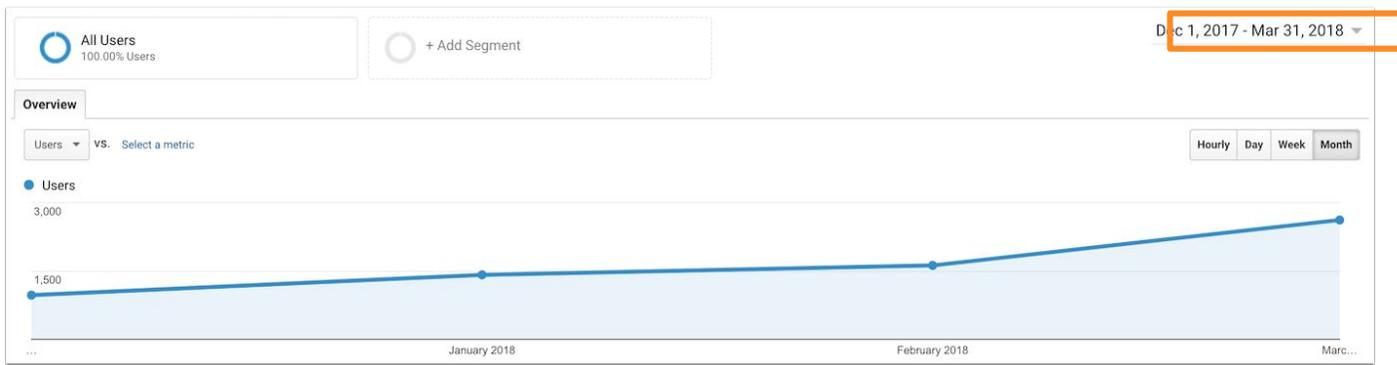
Step 1: Have a solid understanding of your sales cycle

Understanding where your lead is in your sales cycle sets the stage

Desempeño del blog post en **58 meses**:

- 4767 visitas
- 230 leads

Modgility realizó un experimento que resultó en un incremento de 158.47% en tráfico en 4 meses.



El **proceso** de depuración de contenido:

1. Realiza una auditoría del contenido de tu sitio web, incluyendo páginas web y de blog.

El proceso de depuración de contenido:

1. Realiza una auditoría del contenido de tu sitio web, incluyendo páginas web y de blog.
2. Ordena el tráfico basado en vistas de página.

Usa un **archivo Excel o CSV**
para esto.

El proceso de depuración de contenido:

1. Realiza una auditoría del contenido de tu sitio web, incluyendo páginas web y de blog.
2. Ordena el tráfico basado en vistas de página.
3. Implementa la regla 80/20.

Regla 80/20 para Contenido

Identifica cuáles artículos de blog y páginas web representan el 80% del tráfico de tu sitio web para eliminar el 20% de páginas restantes con bajo desempeño.

Aplicando la regla 80/20:

- Identifica las páginas web y de blog que generan el 80% de tu tráfico total.

15,000 Vistas únicas de página

15,000 Vistas únicas de página
x .8

15,000 Vistas únicas de página
x .8

12,000 80% del tráfico

Aplicando la regla 80/20:

- Identifica las páginas web y de blog que generan el 80% de tu tráfico total.
- Ordena tus páginas por vistas únicas de página en orden descendiente e identifica las páginas que suman el 80% del tráfico.

Aplicando la regla 80/20:

- Identifica las páginas web y de blog que generan el 80% de tu tráfico total.
- Ordena tus páginas por vistas únicas de página en orden descendiente e identifica las páginas que suman el 80% del tráfico.
- Una vez identificadas las páginas que representan el 20% restante, quitálas de tu sitio web.



No elimines el
contenido. **Archívalo.**

Pro Tip:

Espera a tener un número considerable de páginas, al menos 50, antes de aplicar esta regla y empezar a eliminar páginas.

Empecemos con las
preguntas
de Zoom.



The background is a solid orange color with a subtle gradient. In the top-left corner, there is a large, semi-transparent orange circle with a smaller, solid orange circle inside it. To its right, there are three concentric, semi-transparent orange circles. In the bottom-right corner, there is a large, semi-transparent orange arc. The text "¡Gracias!" is centered in the middle of the image in a white, bold, sans-serif font.

¡Gracias!