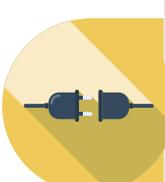


“PLANEACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INBOUND MARKETING”

C H E C K L I S T

¿Estás listo para generar contenido dentro de tu estrategia de Inbound Marketing?

Aguarda un momento, no te apresures. Asegúrate de tener un plan. Revisa que tienes todo en orden: sigue estos pasos para tener una estrategia de contenidos sólida.

TAREA	DEFINIDO	EN PROGRESO	COMPLETADA
 <p>Análisis de las posibilidades materiales de tu empresa: <i>¡Sé realista! Analiza el tamaño de tu compañía para establecer metas precisas; el tiempo que tomará desarrollar cada oferta de contenido, los formatos que tu equipo está en capacidad de desarrollar, y los costos de los trabajos externos.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Pensar en el Buyer's Journey antes de desarrollar alguna propuesta: <i>Algunos formatos de contenido son más efectivos en cierta etapa de la metodología Inbound, así que piensa en el momento del Buyer's Journey en el que se encuentran tus usuarios antes de empezar a desarrollar tus ofertas.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Una vez definido el formato, vincular el tema con toda la estrategia: <i>En el Inbound Marketing todo tiene que estar vinculado: entonces, piensa en desarrollar contenido que soporte el resto de tu estrategia (blogs, ebooks, checklist, infografías, whitepapers, etc.)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Pensar en tu buyer persona para hacer el contenido de forma llamativa: <i>Lo que más debe importarte son tus usuarios: piensa en ofertas de contenido que puedan resolver las problemáticas y las preguntas de tus buyer personas de una manera muy detallada y llamativa.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Desarrollar las ofertas de contenido: <i>Ahora, estás listo para empezar a desarrollar tus ofertas de contenido. Establece unos tiempos concretos para la entrega del producto final.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Enlazar tus ofertas de contenido a un óptimo proceso de conversión: <i>Una vez desarrollado el contenido debes vincularlo a todo un proceso de conversión efectivo y persuasivo. Bríndale el mismo estilo a todos los elementos del proceso. (Call To Action – Landing Page – Thank You Page).</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
 <p>Analizar el comportamiento de tu contenido: <i>Después de haber publicado tu contenido tienes que analizar su comportamiento: revisa que formatos son más exitosos entre tus usuarios o que temáticas atraen a más personas.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>