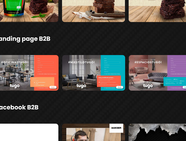
Los contenidos digitales son uno de los pilares fundamentales del inbound Marketing. Crear contenido de calidad en diferentes formatos ayudará a la negocio a atraer visitantes, convertirlos en clientes y deleitarlos con su experiencia.

Los contenidos digitales son clave a la hora de desarrollar cualquier estrategia de marketing. Sin ellos, internet sería un espacio vacío sin ningún tipo de valor lo interés para nadie.

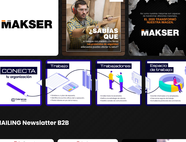
Para la mayoría de proyectos, no es suficiente solo con crear una página web, una blando online o estar presente con un perfil en redes sociales. Debes crear contenidos de calidad que ayude a los usuarios a tomar decisiones y les aporte valor.

Por ello, hay estrategia vayd para explicarte qué son los contenidos digitales, qué tipos de contenido puedes crear y cómo pueden ayudarte en las diferentes fases de la estrategia de marketing.

Contenidos coyunturales B2B

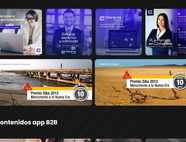


Galería Instagram B2B



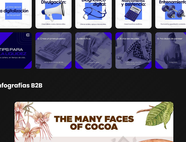
Landing page B2B

Facebook B2B



MAILING Newsletter B2B

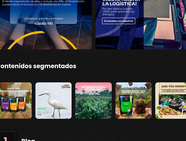
Contenidos Facebook B2B



Contenidos app B2B

Galerías de imágenes B2B

Infografías B2B



Mailings B2B

Contenidos segmentados

Los publicaciones con Imágenes en Facebook consiguen un 53% más de me gustas, un 104% más comentarios y un 84% más de clics

Un Tweet con Imagen recibe un 18% más clics y un 89% más de favoritos.

Además, el hablamos de redes sociales como Instagram o Pinterest, que son puramente visuales, las Imágenes tomar aún más importancia.

5 Infografías

Las Infografías son contenidos que te ayudarán a transmitir información de una forma más visual y atractiva, en un caso, nuestro cerebro procesa el 93% de la información que ve y solo el 5% de lo que lee.

Estos contenidos digitales tienen la página web más atractiva y diferente posible ser un contenido muy interesante para compartir en las redes sociales.

6 Podcasts

Al igual que los vídeos, los podcasts nos ayudan para aumentar el tiempo de estancia de los visitantes en nuestro página web o blog, charlamos de aquí en adelante. Además de ser una forma mucho más entretenida de transmitir información.

Hay tipo de contenidos digitales que son muchos más populares que otros, pero lo que también está claro es que tienes que solucionar las necesidades o problemas, por los cuales tiene sentido a nuestro web o blog.

7 Glosarios, FAQ o diccionarios

Para aquellos en los que los dudas de los usuarios pueden ser muy recurrentes y se trabajo con un vocabulario técnico, los contenidos digitales como preguntas frecuentes o glosarios pueden ser muy útiles.

Un primer trigger que puede ayudar a que nuestro cliente potencial se decida a ser diablo o problemas y mejorar su experiencia. Para también, puede ser un punto desvargar el departamento de atención al cliente del trabajo más repetitivo y fácil de solucionar.

Adicionalmente, es un contenido muy interesante, en el que aparecen los palabras clave del sector, productos y servicio, por lo que, con una buena redacción, los podrás ser muy útiles para el posicionamiento SEO.

8 Webinar

Un webinar es un contenido que aporta mucho autoridad a un proyecto online y además nos permite captar leads de los mismos interesados en webinar.

Además, si de un contenido dedicado a la divulgación o ampliación, nos puede permitir posicionar nuestro proyecto en páginas web de terceros, ya que, como ya he comentado, es un contenido muy atractivo y interesar nuestro posicionamiento.

9 Whitepapers, estudios, observatorios...

Al igual que ocurre con los vídeos, los infografías, estudios, observatorios, tablaciones con nuestro sector, nos pueden ayudar a la vinculación de leads calientes de posicionar nuestro proyecto dentro del sector.

Contenidos Nestle Professional

Contenidos Mensajeros Urbanos