

Portada » Emprendedores&Empleo » **Emprendedores**

EMPRENEDORES

Decálogo para el blog de tu negocio



Más noticias sobre: **emprendedores & empleo, emprendedores, internet**



16.05.2013 | Quique Rodríguez. Siga al autor en

Poner en marcha un cuaderno de bitácora online puede impulsar la imagen de tu empresa ante el público 2.0.



Crear un blog para dar a conocer al público 2.0 las bondades de tu empresa y tus productos puede ser una buena herramienta de marketing y comunicación en esta sociedad hiperconectada, en la que no dejan de crecer las búsquedas por Internet y el comercio electrónico. Juan Merodio, emprendedor especialista en marketing digital y redes sociales para empresas, y fundador de *start up* como *Emprende Finance* e *InvierMe*, da algunas recomendaciones para ayudar a tu negocio con un blog:

URL propia.

A la hora de hacer un blog corporativo evita usar dominios gratuitos (por ejemplo, *midominio.wordpress.com*) porque dan peor imagen. Es preferible alojar el dominio en la web o elegir uno diferente.

Usa Wordpress.

Las principales plataformas de *blogging* son Blogger y Wordpress. Juan Merodio aconseja utilizar Wordpress porque tiene muchas opciones de escalabilidad y una gran comunidad de usuarios que te ayuda en todo lo que necesites.

Haz el blog de manera profesional.

Apóyate en una persona o empresa especializada en blogs para adaptar el diseño y enfoque a los objetivos que persigues.

Adáptalo al móvil.

Alrededor del 20% del tráfico del blog tendrá origen en un teléfono móvil, por lo que es imprescindible que se encuentre optimizado para estos dispositivos y que los usuarios puedan leerlo cómodamente.

Optimiza el blog para buscadores.

Gran parte del tráfico que llegue a tu blog tendrá origen en buscadores como Google, por lo que es importante optimizarlo correctamente para que se posicione mejor.

Incluye 'widgets' sociales.

Es importante que el blog esté muy bien conectado con tus redes sociales, y para ello puedes utilizar los *widgets* y *plugins* que ofrecen redes sociales como Facebook o Twitter.

Define a tu público.

Segmenta a quien te quieres dirigir con el blog para enfocar los contenidos en función de ellos.

Crea una línea editorial.

Genera contenidos que aporten un valor real a tus clientes actuales y potenciales, buscando la exclusividad de los mismos. Planifica la publicación en función de aquellos que consideras que tendrán mejor aceptación.

Mide constantemente.

Es importante medir los resultados. Para ello puedes usar *Google Analytics* al menos una vez al mes para observar si mejora el tráfico de tu web, cuáles son las principales fuentes de generación de visitas, el tiempo de permanencia de los usuarios en tu página, etcétera.

Ten paciencia.

Un blog es una herramienta que da resultados a largo plazo. Por ello debes ser paciente y confiar en que si ofreces valor, finalmente recibirás valor.