

Por qué es necesario tener un blog corporativo



Post exclusivo de Juan Merodio, colaborador de nuestro business blog

Contenidos, una de las palabras que cualquier empresa debe tener en la cabeza en su estrategia digital si quiere realmente posicionar su marca en la mente del consumidor con una visión a medio-largo plazo, de hecho me gusta decir que **el mayor porcentaje de éxito de una estrategia de Social Media depende de la calidad del contenido que sea capaz de generar**, ya sea en texto, imagen, video, audio....

Pero uno de los pilares de ese contenido es el texto, y para ello la mejor opción es crear un blog corporativo, pensando en él, como un espacio de contenido online para tus clientes, no para vender tu producto, siendo capaz de generar contenido que realmente aporte valor al público al que te diriges, y para ello **el primer paso antes de crear el blog es preguntarse de qué vas a escribir.** -

La mejor respuesta es primero identificar y conocer a tu cliente, sobre todo en la parte de gustos e intereses, para ser capaz de generar un contenido que realmente le atraiga y le fidelice con tu marca, ya que el contenido le ayudará e inspirará, esto le llevará a una conexión con la marca y con ello a una generación de negocio en sus múltiples vertientes.

Una vez ya tienes claro de qué vas a escribir es importante que definas también la frecuencia, siendo **recomendable un mínimo de entre 2 y 4 post semanales**, pero eso si, de calidad, es preferible no publicar a publicar algo porque hay que publicar.

Una duda frecuente es si integro el blog dentro de la web de empresa o lo pongo como un dominio aparte, y me gusta decir que en el 90% de los casos lo haría integrado para ya aprovechar la propia fuerza y marca del dominio, aunque evidentemente hay un 10% de casos donde por razones estratégicas debemos crearlo en un nuevo dominio.

Y por último y no por ello menos importante la medición, **mide, analiza y optimiza, ya que lo que no se mide no se puede mejorar** - , por lo que usa algún sistema de analítica web como Google Analytics donde mensualmente generes un informe que te permita analizar los puntos de mejora del blog y con ello ir optimizándolo y poder ir generando un histórico que te de una curva de trayectoria.

Por lo que si me preguntase una empresa ¿es necesario tener un blog corporativo? Le diría que si quiere posicionar su empresa centrándola en sus clientes sin lugar a dudas la generación de contenido es uno de los caminos al éxito, nadie dijo que fuera fácil pero si posible, por lo que en tus manos está.

Juan Merodio

Blogger y profesor sobre Marketing 2.0 y Redes Sociales para Empresas