

La planificación nos ayuda a producir material relevante y de calidad para nuestra audiencia.

Un plan de contenidos consta de cinco etapas:

- 1 Definir al público ideal de tus contenidos (tus buyer persona)
- 2 Elaborar un mapa de contenidos en base al ciclo de compra de cada buyer persona
- 3 Establecer un calendario de publicación
- 4 Desarrollar los contenidos siguiendo un calendario
- 5 Analizar el desempeño de cada pieza para detectar oportunidades de mejora

1

Cualquier estrategia de marketing digital tiene a su público como punto de partida. Se busca dar respuestas a los distintos tipos de preguntas que nuestro buyer persona se hace.

3

Un calendario de publicación no es otra cosa que decidir con qué frecuencia vas a publicar tus contenidos, teniendo en cuenta que que la calidad pesa más que la cantidad.

5

Analizar las métricas de desempeño de cada pieza en relación a tus objetivos es la manera más fiable de verificar qué funciona y qué no.



2

Debemos elaborar un mapa u hoja de ruta que nos permita ver qué contenidos serían mejores para cada etapa del buyer persona: descubrimiento del problema; consideración de las soluciones y decisión de compra.

4

Con el calendario ya diagramado, el siguiente paso es empezar a producir. En este punto, cabe destacar que cada vez es más importante desarrollar contenidos multiformato y multicanal.