

CONTENIDO DE VALOR

3 IDEAS PARA TU EMPRESA



3 ideas en cadena para generar contenido de valor para tu audiencia

Dotar a un blog de contenido, hacerlo con cierta regularidad y adaptado a las necesidades de nuestro lector/a no es nada fácil, por eso te presento 3 ideas que espero sean de gran ayuda para tu proyecto personal o para el de tu empresa.

Para facilitarte la comprensión de estas 3 ideas, te diré que cada una responde a un momento de tu lector o cliente ideal (fase de conocimiento, fase de consideración y fase de decisión).



Buscar con Google

Voy a tener suerte

1ª IDEA

Artículo acerca de
un problema o
necesidad

(Fase de
conocimiento)

En esta fase, el consumidor/a está simplemente buscando información de las diferentes webs o blogs que encuentra en Internet para resolver sus dudas puntuales. Por eso, es muy importante que seamos nosotros quienes mejor le resolvamos esa(s) duda(s) y que lo hagamos utilizando un lenguaje puramente expositivo (bajo ningún concepto un lenguaje comercial).

Por ejemplo: Si tienes una empresa de entrenamiento personal y el servicio más rentable son los entrenamientos grupales, deberías hacer un post del tipo: “¿Qué beneficios posee el entrenamiento grupal?” “¿Por qué yo cogería un entrenamiento grupal frente a uno individual?”.



2ª IDEA

Contenido en vídeo sobre una característica especial de tu servicio o producto

(Fase de consideración)

En esta fase, el consumidor/a muestra interés especial en nuestra empresa y deberemos aportarle un valor extra, ofreciendo algún dato significativo que lo involucre de manera significativa.

Continuando con el ejemplo anterior, si queremos que alguien que entró buscando algo puntual en nuestra web o blog se quede "con nuestra matrícula", lo mejor será ofrecerle un contenido de mayor valor. Por ejemplo, "si te suscribes a nuestro blog te enviaremos un vídeo con los 10 mejores ejercicios para trabajar la resistencia en grupo".



3ª IDEA

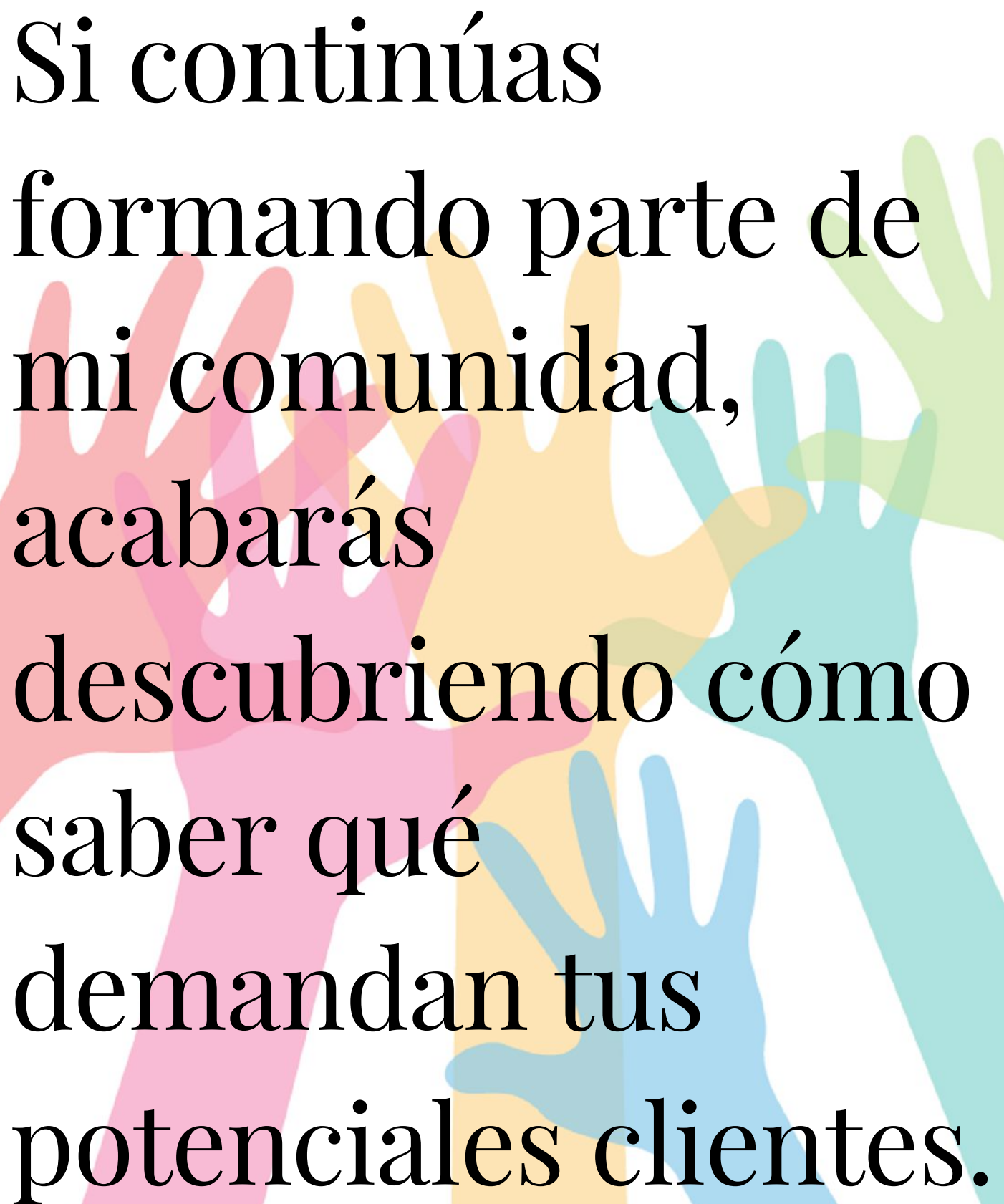
Contenido
promocional que
permita disfrutar de
un producto o
servicio a un precio
excepcional

(Fase de decisión)

En esta fase y tras haber conseguido la atención del consumidor/a, llega la hora de hacer una demostración de lo nuestro servicio o producto puede hacer por él/ella.

Para ello y finalizando con el ejemplo que vengo mostrándote, aquí podríamos ofrecer un **entrenamiento grupal con un 70% de descuento sobre el precio original por un tiempo muy limitado**. De tal forma que experimente en primera persona el servicio estrella de nuestra empresa.

Una vez hayamos conseguido generar esta secuencia de contenidos, volveremos a comenzar bajo esta misma idea: ¿Qué dudas o problemas tienen los navegantes de Internet en esta fase de conocimiento?



Si continúas
formando parte de
mi comunidad,
acabarás
descubriendo cómo
saber qué
demandan tus
potenciales clientes.

COMUNIDAD MARKETERS DEPORTIVOS