

The background is a chalkboard with a network diagram drawn in white chalk. It consists of several interconnected circles, each containing a stick figure. Arrows point from one circle to another, forming a web-like structure. A hand is visible in the lower right, holding a piece of white chalk and drawing on one of the circles.

QUONDOS

Taller Blogging para emprendedores valientes

ASECOM, Madrid, 30.01.2014

@carlosbravo, Quondos, marketingguerrilla.es

¿Por qué tener un blog como empresa?

Empresas con blog tienen más visitas (55%)

Mayor visibilidad en su sector (71%)

Captación de contactos calificados (69%)

Mayor captación que empresas sin blog (+126%)

Captación de clientes gracias al blog (57%)



Fuente: Hubspot (2012): *Hubspot 2012 State of Inbound Marketing Report*

Iron Blogger España: hacer networking y mantener la motivación

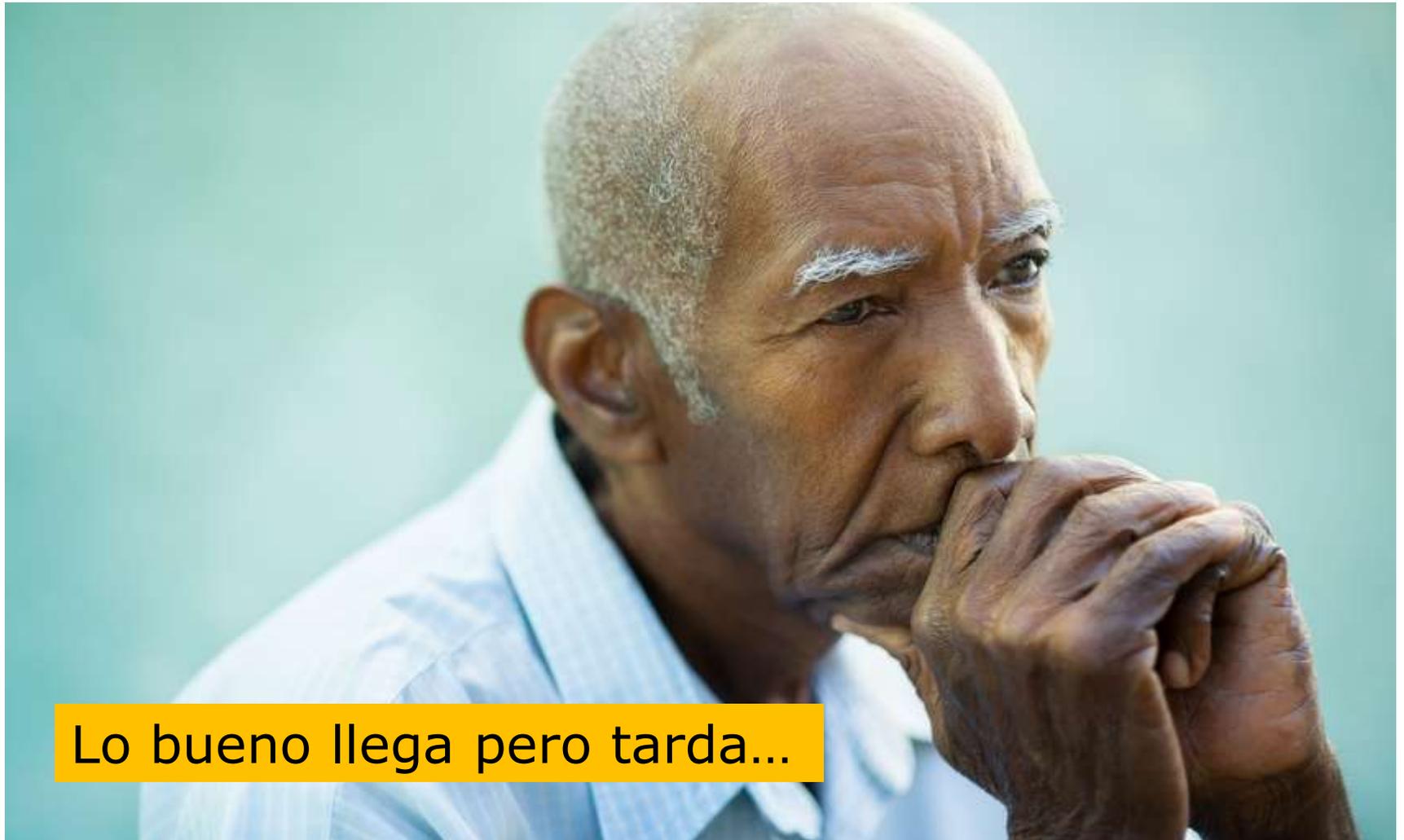


Cervezas: quien no escribe paga

Networking: encuentro con otros bloggers

Motivación: "presión social" para escribir

Lo más importante: enfoque, esfuerzo y paciencia



Lo bueno llega pero tarda...

Algo de valor tampoco no viene mal...



Para probar cosas nuevas...

¿Vale, concretamos?



No empieces a crear una red de blogs

Number of blogs

EUROPE

Overall

2

PRO

2,8

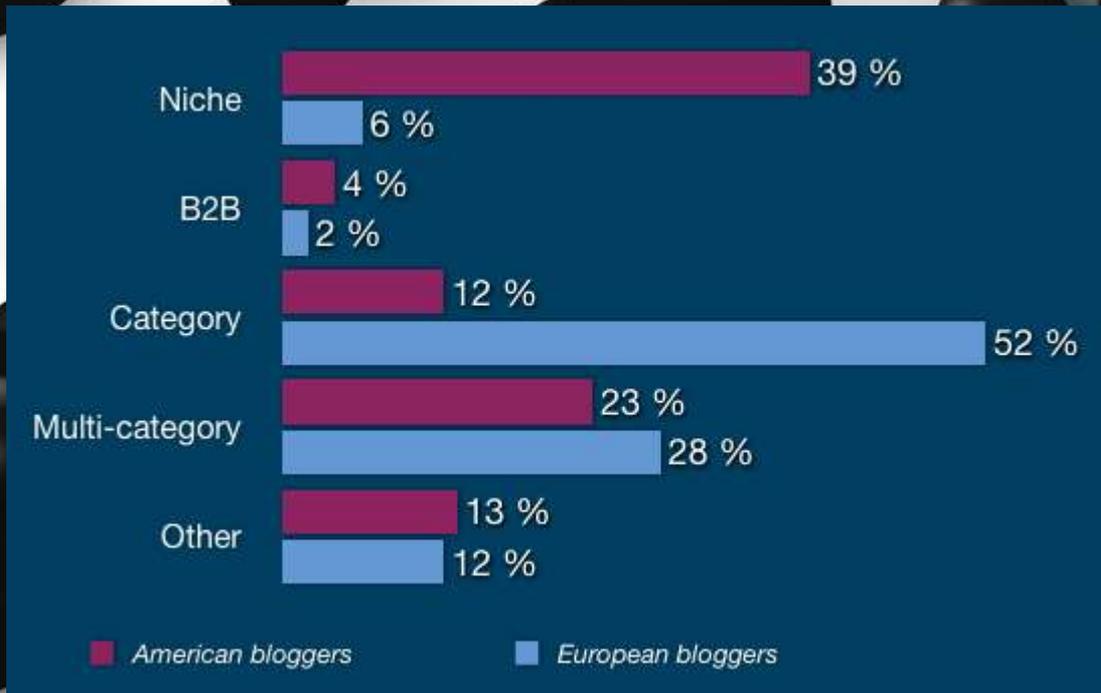
PART TIME

2

Con 2 blogs vas bien, mejor empezar con 1

Fuente: Overblog, BlogWorld & New Media Expo (2012): *The Blogging Secrets of 5,000 Influencers Around The World*

Para destacar céntrate en una temática o nicho concreto



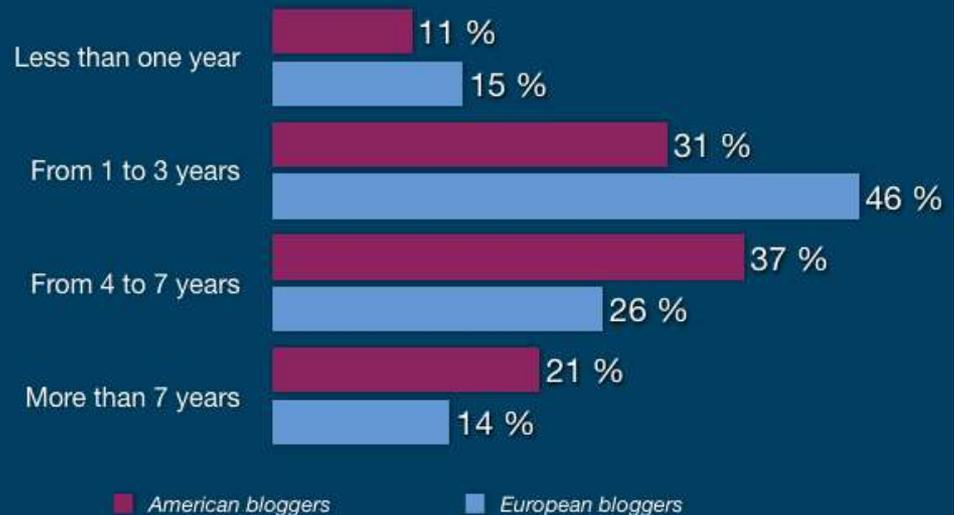
P.ej. Mejor un blog de zapatos que de moda

Fuente: Overblog, BlogWorld & New Media Expo (2012): *The Blogging Secrets of 5,000 Influencers Around The World*

El 50% de los bloggers ya llevan más de 4 años con la actividad



How long have you been blogging ?



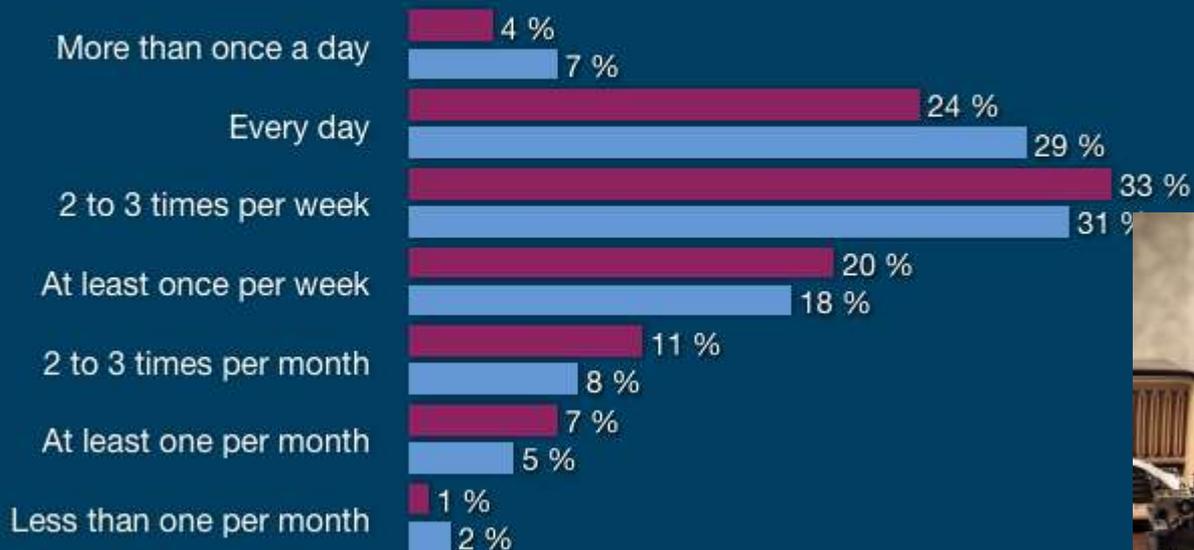
Se puede pero no de hoy a mañana

Fuente: Overblog, BlogWorld & New Media Expo (2012): *The Blogging Secrets of 5,000 Influencers Around The World*

El 82% de los bloggers profesionales actualiza su blog mínimo 1 vez por semana



How often do you update your blog (or main blog if you run many)?



¡Publica más y llegarás antes!

Fuente: Overblog, BlogWorld & New Media Expo (2012): *The Blogging Secrets of 5,000 Influencers Around The World*

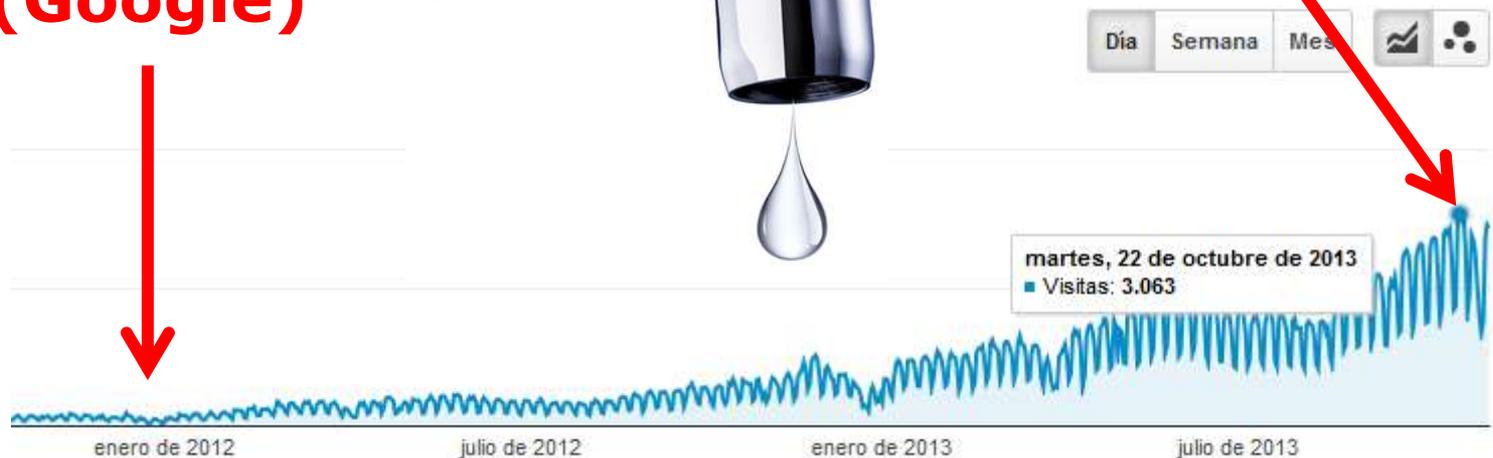
El concepto grifo de Google hizo crecer las visitas sin realizar SEO



Inicio del reto
"Post diario"
**39 visitas
(Google)**



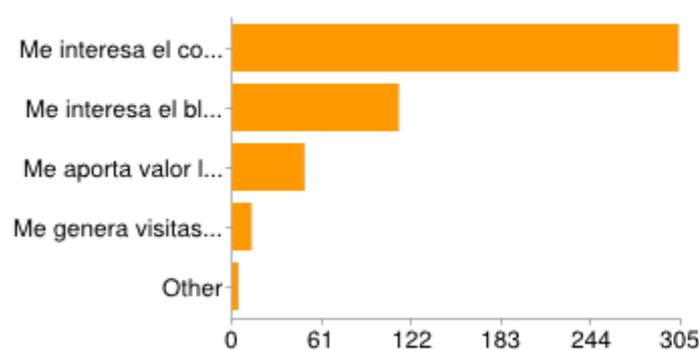
"Hoy"
**3.063 visitas
(Google)**



"SEO" en marketingguerrilla.es: publicar más

Lo más importante de un blog: el contenido y el blogger

Sigo a un blog porque...



Me interesa el contenido	303	63%
Me interesa el blogger	113	23%
Me aporta valor la comunidad del blogger	49	10%
Me genera visitas cuando comento	13	3%
Other	4	1%



El 63% sigue a un blog por el contenido

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

La matriz de BCG del marketing de contenidos



■ Visitas a corto plazo ■ Visitas a largo plazo ■ Nivel de Engagement

¿Vale, hay algo más importante?



Comentarios son el oxígeno de un blog



Ayudan a mejorar el SEO

Aportan un conocimiento nuevo

Esenciales para crear una comunidad

Son un estímulo para más comentarios

A Google le gustan los efectos positivos de recibir comentarios



Aumentan el tiempo de estancia

Añaden nuevo contenido al post

Son una actualización de la entrada

Los comentarios de los lectores son una fuente infinita de conocimiento



El blogger es el que más aprende

Aumentan el valor del contenido

Puede aportar un punto de vista diferente

Los comentarios son clave a la hora de fidelizar la audiencia



Reflejan que hay vida en el blog

Fomenta interacción entre los lectores

Aporta relevancia y autoridad al blogger

Hay que romper el hielo para quitar el miedo de ser el primero comentando



Comentarios generan más comentarios

La participación del blogger es clave

Encuesta entre los lectores de mi blog para aprender más sobre el blogging

315 respuestas en 82 días

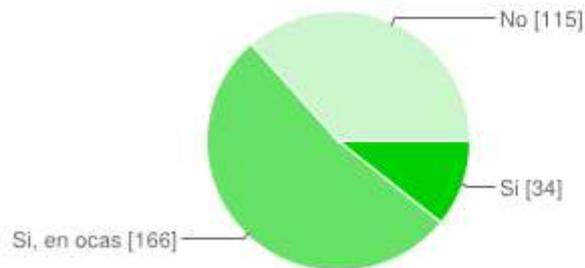
Sorteo de 10 abrazos, ratio de conversión: 30%



El reto principal es conseguir comentarios



¿Sueles comentar en blogs?



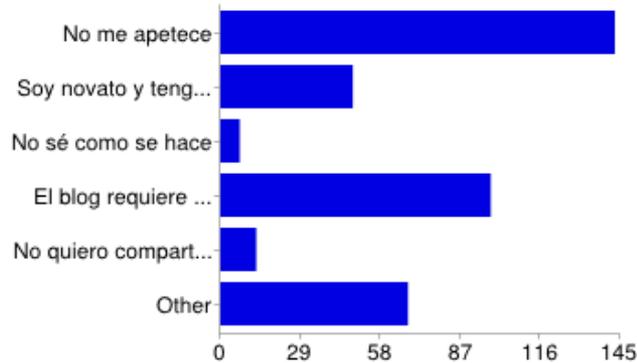
Si	34	11%
Si, en ocasiones	166	53%
No	115	37%

El 90% de los lectores apenas comenta

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

A la mayoría simplemente le da pereza hacerlo

No comento en blogs porque....



No me apetece	143	38%
Soy novato y tengo miedo de hacer el ridículo con una pregunta torpe	48	13%
No sé como se hace	7	2%
El blog requiere registro	98	26%
No quiero compartir información	13	3%
Other	68	18%

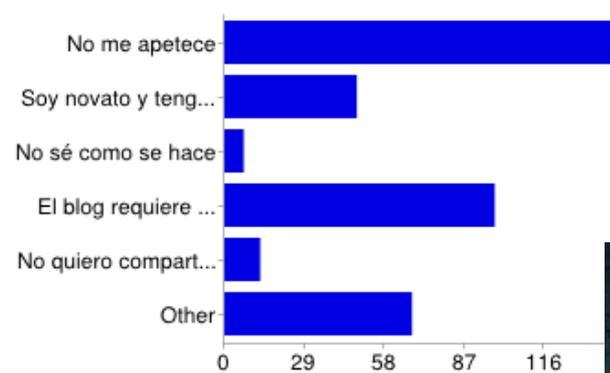


Al 38% de los lectores no les apetece comentar

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Muchos no comentan si les complicas las cosas

No comento en blogs porque....



Razón	Cantidad	Porcentaje
No me apetece	143	38%
Soy novato y tengo miedo de hacer el ridículo con una pregunta torpe	48	13%
No sé como se hace	7	2%
El blog requiere registro	98	26%
No quiero compartir información	13	3%
Other	68	18%

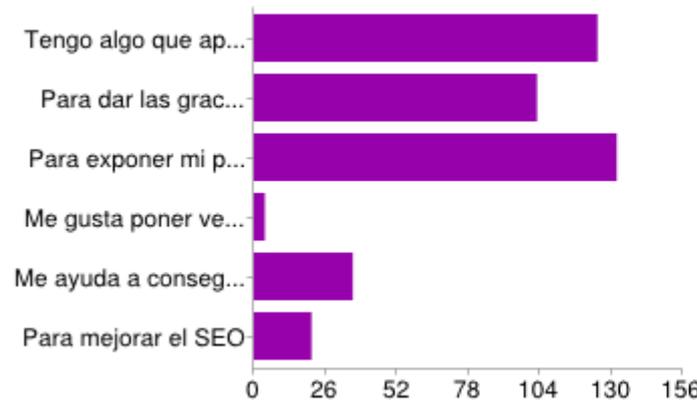


El 26% no comenta si el blog requiere registro

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Muchos piensan en su propio beneficio a la hora de comentar

Comento en blogs porque...



Tengo algo que aportar	125	30%
Para dar las gracias por el post	103	24%
Para exponer mi punto de vista	132	31%
Me gusta poner verde al blogger	4	1%
Me ayuda a conseguir visitas	36	9%
Para mejorar el SEO	21	5%

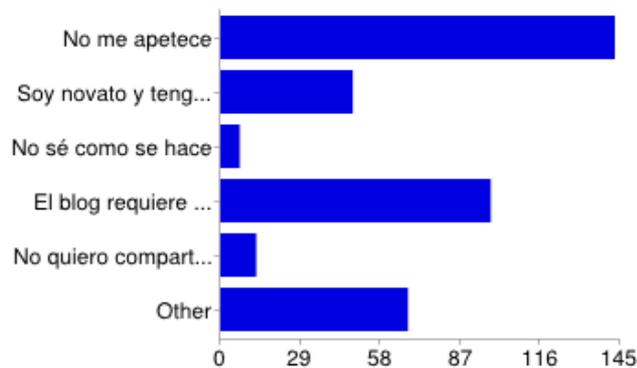


Un 14% comenta para aumentar visitas

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Un porcentaje importante de los lectores no comenta por miedo de hacer el ridículo

No comento en blogs porque....



No me apetece	143	38%
Soy novato y tengo miedo de hacer el ridículo con una pregunta torpe	48	13%
No sé como se hace	7	2%
El blog requiere registro	98	26%
No quiero compartir información	13	3%
Other	68	18%

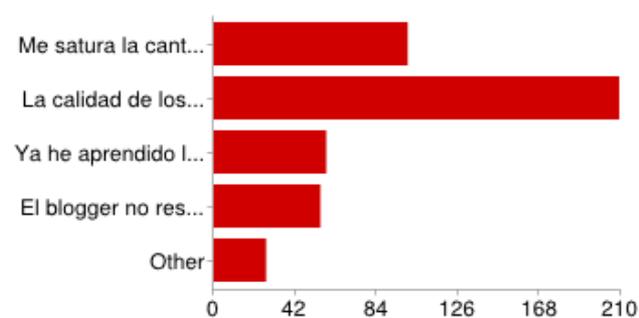


El 13% no comenta por miedo

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Los lectores buscan la interacción con el blogger o dejan de seguirle

Dejo de seguir a un blog



Me satura la cantidad de información (demasiados posts por semana)	100	22%
La calidad de los contenidos baja	209	47%
Ya he aprendido lo que quería aprender	58	13%
El blogger no responde a los comentarios	55	12%
Other	27	6%



El 12% abandona si el blogger deja de responder

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Y bueno hay de todo... :)

Comento en blogs porque...



Tengo algo que aportar	125	30%
Para dar las gracias por el post	103	24%
Para exponer mi punto de vista	132	31%
Me gusta poner verde al blogger	4	1%
Me ayuda a conseguir visitas	36	9%



El 1% comenta para poner verde al blogger

Fuente: Encuesta entre los lectores de marketingguerrilla.es (2014)

Artículos que más comentarios reciben en mi blog

Donde comparto resultados/datos personales

Posts con expresión de mi opinión personal

Cuando voy en contra de la opinión general

Relacionados con eventos personales

Siempre que hablo sobre SEO

Artículos con títulos que son una pregunta

Posts en los que respondo a comentarios

Encuentra caminos diferentes para recompensar un comentario

Caso práctico: Ciudadano2cero.com

Campo de comentarios incluye Twitter

Deja un comentario

sarios están marcados™

Tu sitio web

Twitter (sin "@")

Comentario

Juan dice:
7 de marzo del 2013 a las 13:40

Buenas me ha encantado esta entrada y ya estoy utilizando la profundidad y detalle que hacen en el análisis de esta herramienta. Algo pegadillos en inglés sería magnífico un tutorial como el de Tube, como ya hicieron con "twitterfeed".

Como es lógico es tan solo una sugerencia.

Un saludo y felicidades.

Juan.

Seguir a @Juanakash 82 seguidores

RESPONDER

Puedes usar las siguientes etiquetas y atributos HTML:
 <abbr title=""> <acronym title=""> <blockquote cite=""> <code> <del date=""> <i> <q cite=""> <strike>

PUBLICAR COMENTARIO

Notificarme nuevas respuestas

Cómo conseguir comentarios de lectores que nunca comentan



Divertir con juegos

Hacerles sentir mal

Sorprender probando cosas nuevas

Hacerles participe de experimentos

¿Necesitas ayuda?



Twitter: @carlosbravo

E-Mail: carlos@quondos.com

Blogs: marketingguerrilla.es / bloguismo.com

Web: quondos.com