|  |
| --- |
| INFORMACIÓN BÁSICA  |
| TEMA: Lanzamiento blog RECLA | AUTOR: Comunicaciones |
| PALABRAS CLAVE: Inbound marketing, blog, nueva sección, digital. | FECHA DE PUBLICACIÓN:1 de abril |

|  |
| --- |
| TÍTULO DEL CONTENIDO Máximo 60 caracteres (Debe incluir una palabra clave) |
| RECLA SE ENCAMINA A CREAR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN DIGITAL |
| META DESCRIPCIÓN (80 caracteres - máximo 100) |
| RECLA desarrolla nuevas formas de participación para sus asociados y comunidad en general. |

|  |
| --- |
| ETAPA DEL CONTENIDO (Escoger 1) |
| EXPLORACIÓN | CONSIDERACIÓN  | DECISIÓN |
| *El usuario descubre que tiene un problema o una necesidad que puede resolver mediante una solución que empieza a* *conocer.* | *El usuario comienza a investigar cuál es la mejor alternativa para resolver su necesidad.*  | *El usuario define cuál es el producto o servicio que necesita y lo adquiere.*  |

|  |
| --- |
| ¿CÓMO AYUDA ESTE CONTENIDO A UNA PERSONA? |
| Este contenido le permite al usuario entender como la implementación de este nuevo espacio permitirá tener un mayor posicionamiento web y a su vez permitirá incentivar la participación de la comunidad RECLA.  |

|  |
| --- |
| FORMATO / TIPO CONTENIDO (Escoger 1) MARQUE CON UNA X  |
| [El post de texto](https://blogs.elpais.com/cosas-que-importan/2016/04/asesinatos-machistas-la-violencia-que-no-cesa.html)Esta clase de formato define la forma, no el contenido. Es decir, puedes hablar de lo que quieras y como quieras. Pero recuerda: con un post de texto, puro y duro, tendrás que saber ganarte a la audiencia a través de las palabras.  | X | [Preguntas frecuentes](https://www.lancetalent.com/blog/preguntas-frecuentes-cuando-contratas-el-diseno-y-el-dominio-de-tu-tienda-online/)Consiste en responder a preguntas frecuentes que surjan en función de la temática de tu sitio.  |  |
| [Infografía](https://woko.agency/blog/metodologia-inbound-marketing-que-es-como-ayuda-marketing/)Las infografías, fácil de leer y digerir, muy visuales y, además, más susceptibles de convertirse en virales. |  | [Checklists](https://woko.agency/blog/modelo-aida-marketing-online/) Es un listado de cosas que debes hacer o que no puedes olvidar. |  |
| [Comparativo](http://isdabogados.es/tipos-herencias-bizkaia/) Este tipo de post suele ser muy útil para comparar dos productos o para mostrar «un antes y después. |  | [Recursos](https://woko.agency/blog/herramientas-automatizacion-marketing/) Un post sobre recursos o herramientas, que le ofreces a tu lector de manera gratuita. |  |
| [Manuales y guías](https://woko.agency/blog/como-hacer-benchmarking-en-web/) Estos recogen manuales o guías sobre un tema en concreto. También se trata de un tipo de contenido muy elaborado, que le otorga caché al blog. |  | [Entrevistas](https://marketin.tv/video/marketing-isra-garcia/) Estos pueden ser escritos o en video centrados en una personalidad. |  |
| [Colaboraciones](https://aulacm.com/agencias-contratar-community-manager/) Una red de colaboraciones, que te permita de vez en cuando darle a tu espacio a terceros, relacionados a la marca. |  | Otro |  |

|  |
| --- |
| RECOMENDACIONES - BUENAS PRÁCTICAS PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO |
| * Enfócate siempre en el contenido para tu publico y en qué etapa se encuentra tu contenido (exploración, decisión, consideración)
 |
| * Enfócate en darle una orientación educativa, no promocional.
 |
| * Enfócate primero en la parte informativa del contenido, después en el diseño.
 |
| * Menos, es más: las personas están probablemente tan ocupadas como tú, hazles más fácil utilizar tu contenido.
 |
| * El título, encabezados y la descripción de las imágenes deben incluir frases claves (Máx de 60 caracteres. Google solo muestra eso en los resultados de búsqueda). También deben usarse las palabras clave de forma natural dentro del contenido.
 |
| * Incluir enlaces internos y externos relevantes en el mismo contenido. Estos enlaces pueden ser un link separado o un link que destaca una frase dentro del contenido.
 |

|  |
| --- |
| CONTENIDO (500 palabras) |
| TÍTULO: RECLA SE ENCAMINA A CREAR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN DIGITAL |
| La apertura de este nuevo espacio digital tiene como propósito compartir con nuestros asociados y comunidad en general contenido relevante para la gestión integral de la educación continua.Aquí tendremos la posibilidad de intercambiar conocimiento en diferentes formatos que estén a un solo clic. Nuestra nueva sección de blog, estará dirigida a generar convocatorias periódicas, a  diferentes roles como: directivos, gestores, profesores, investigadores, expertos o toda aquella persona que desee generar contenido y logre convocar el interés sobre algún tema, proyecto o evento en específico.En RECLA promovemos el fortalecimiento de los vínculos universitarios en América y Europa  a través de la educación continua, facilitando el networking y la internacionalización, compartiendo experiencias, buenas prácticas y brindando acceso a nuevo conocimiento. Entendemos la educación continua como la modalidad de educación complementaria del sistema formal, dirigida a toda persona que quiera  acceder a opciones flexibles de capacitación, actualización, especialización o perfeccionamiento del conocimiento.Conoce [aquí](https://recla.org/sobre-recla/hagase-socio/) información acerca del proceso de asociación¿PARA QUÉ NUESTRO BLOG?La función principal de este espacio es crear contenido relevante que responda a las necesidades de nuestro sector.Según Hubspot, quien es la empresa creadora de la metodología más innovadora de marketing denominada Inbound Marketing, “el 46% de las personas lee un blog más de una vez al día”.Por lo tanto, tener este nuevo espacio de blog de RECLA, significa que las publicaciones de nuestra comunidad al ser contenido propio y de gran relevancia para nuestros lectores, aparecerán con más frecuencia en las páginas de resultados de los motores de búsqueda y posiblemente como referencia en los blogs de otros sitios web.El contenido del blog también ayudará a promover y afianzar nuestra presencia en redes sociales, debido a que cada artículo creado en nuestro blog,  podrá ser utilizado como insumo para crear contenido, que las personas interesadas pueden compartir en redes sociales como LinkedIn, Twitter, Facebook o Instagram, contribuyendo sin duda alguna a exponer nuestra organización a públicos de alta calidad que todavía no nos conocen.Google, en su guía de “[Calificación de calidad de búsqueda](https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/es/searchqualityevaluatorguidelines.pdf)” puntualiza que principalmente la generación de contenido de calidad y que revele la experticia del autor, aumentará la confiabilidad y por consiguiente mejorará la calificación de calidad de página, aumentando la indexación y ranking en los resultados orgánicos de las búsquedas.Por lo cual cuantas más entradas propias y de calidad  tengamos en el blog, más posibilidades tendremos de que nuevos usuarios conozcan a RECLA y nuestras actividades, beneficiando a todos nuestros asociados, con una atracción en crecimiento constante, de personas potencialmente interesadas en los distintas actividades ofrecidas en nuestra página web.Esperamos que nuestro blog sea convierta en una herramienta de consulta y de referencia para toda nuestra comunidad y red de asociados, sintiéndose en la libertad de participar de manera activa en el. |