

Marketing de CONTENIDOS

—
Content 4:
Metodología para generar
contenido en medios digitales



Grupo epry





Debemos dejar de interrumpir
lo que le interesa a las personas

y ser lo que
les interesa



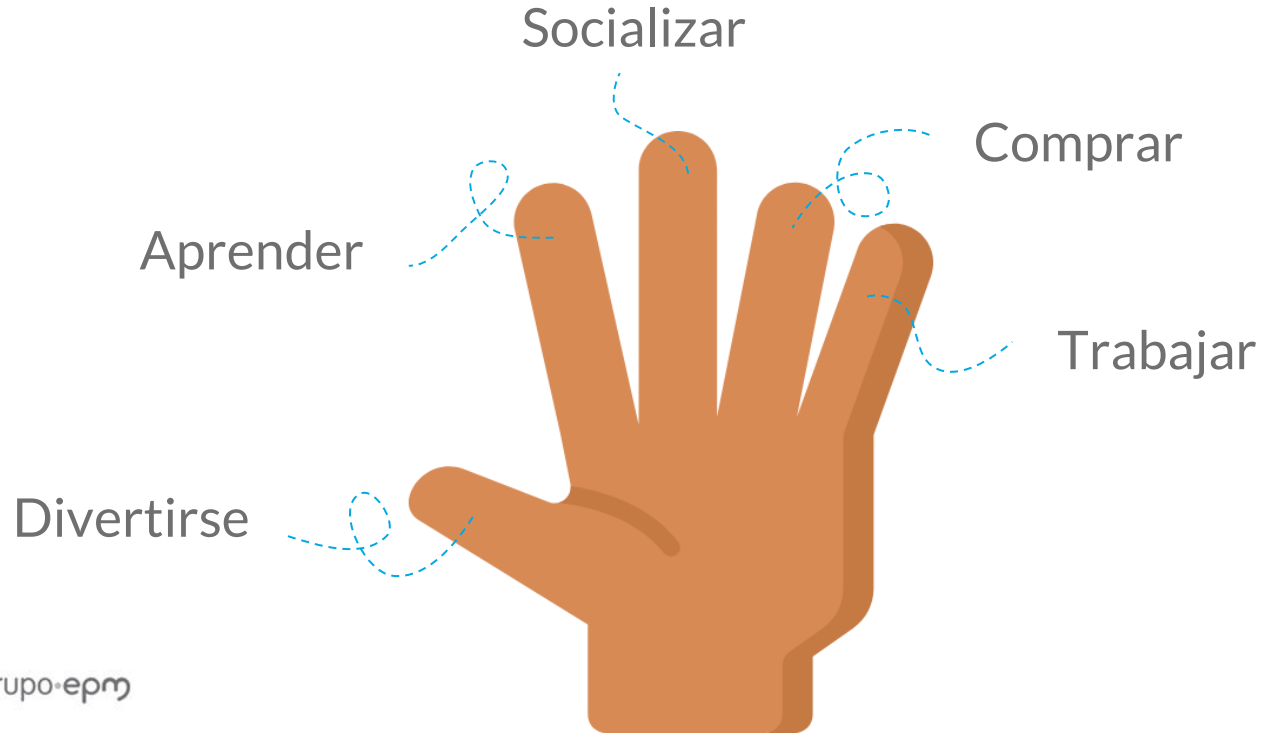


SUPER BOWL 2021

EN VIVO

CANAL GRATUITO

Entender para qué están las personas en medios digitales



Pensar qué queremos lograr con el contenido...

- Animarte
- Estoy pensando en ti
- Quiero que sepas que soy listo
- No estás solo

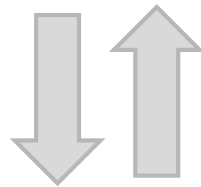
Receptor

- Esto explica como me siento
- Esto explica parte de mi
- Sé que te gusta esto
- Una excusa para hacer planes...

Amigos



Amigos



- Enseñar
- Acompañar
- Hacer reír
- Generar ventas

Emisor
Marca

- Cambiar formas de pensar
- Inspirar
- Validar opiniones
- Cambiar creencias...



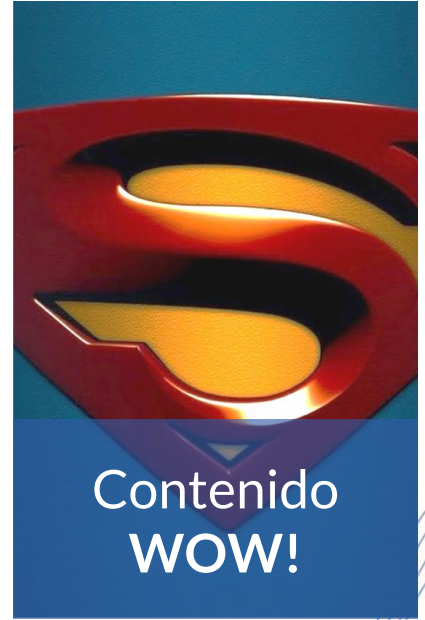


Teniendo todo esto en cuenta,
es importante que una marca,
organización o persona genere

4 tipos de contenidos



Digital content 4 by SM Digital



* El contenido debe ser **LÍQUIDO** (multi formato + multi plataforma)



Contenido de Marca

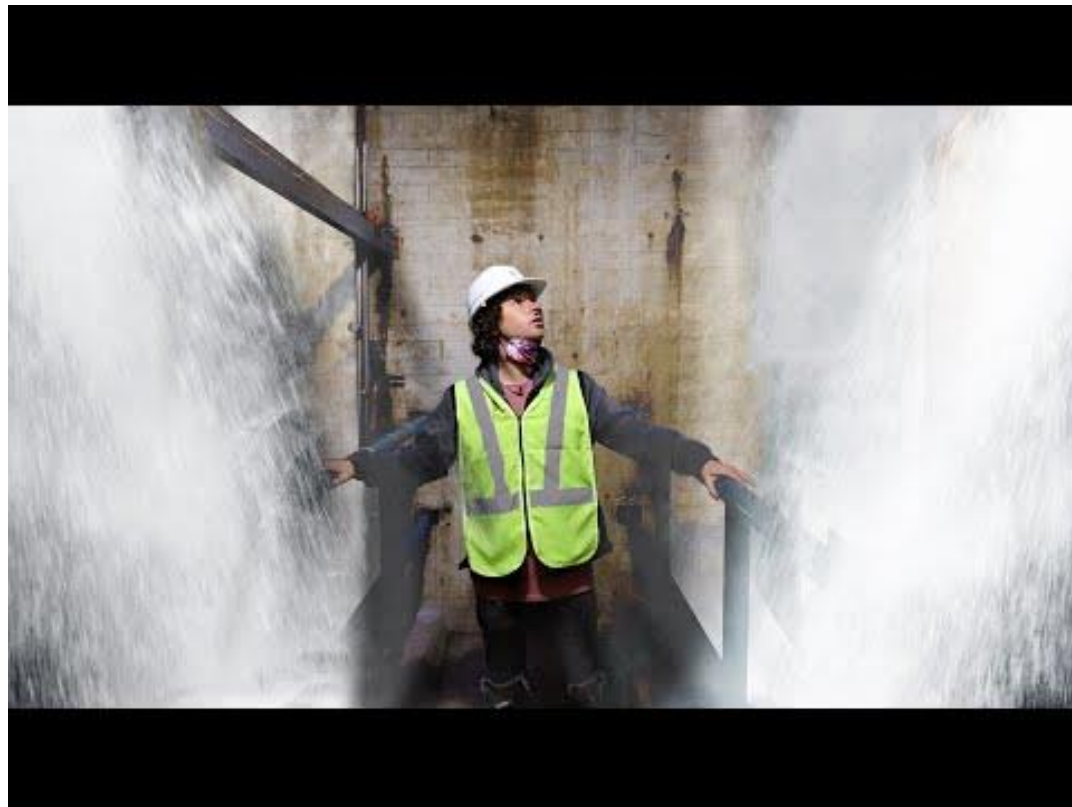


- **Respuestas a las preguntas** que tiene el público objetivo sobre la marca y los productos, noticias o novedades (usos, funcionamiento, lanzamientos, premios, entre otros temas).
- **Objetivo: conocimiento/awareness**, informar sobre la marca.
 - **Objetivos secundarios:** relacionamiento y/o conversiones (ventas).
- **Periodicidad: constante.**





Contenido de Marca



ESSA
siempre adelante

Grupo epm



Contenido de Marca



Shell opens new technology centre in Bangalore

Mar 31, 2017

Shell today opened a new major technology hub in Bangalore, India, expanding the company's R&D activities in Asia. The 52-acre, custom built technology centre can house up to 1,500 experts working collaboratively on innovative projects worldwide.

Shell Technology Centre Bangalore (STCB) brings together R&D staff who previously worked at separate locations in Bangalore and also provides additional space for high-tech innovation and demonstration facilities. By housing all R&D staff in Bangalore in one centre, the technology hub will create new opportunities for multidisciplinary collaboration, and drive relevant and affordable innovations.

"Innovation and technology are vital to providing more and cleaner energy solutions for a growing world population," says Harry Brekelmans, Shell's Projects and Technology Director. "We consider R&D a fundamental part of Shell's past and future success. Therefore we continue to invest in people, projects and facilities, such as this high-tech hub.

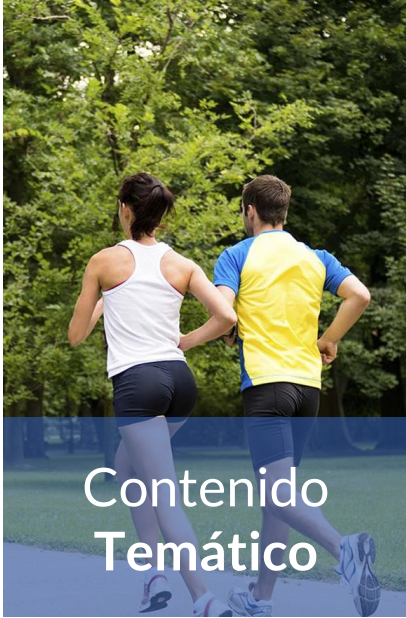




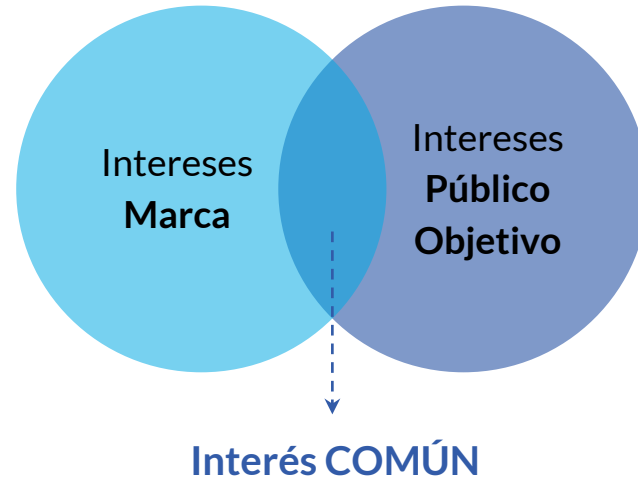
Contenido de Marca



Contenido Temático



- Contenido sobre un tema de interés donde **coincida** la marca con su público objetivo y donde tenga **autoridad** para hablar:



Contenido Temático



- Algunas temáticas ejemplo donde coinciden los intereses de la marca con los de su target:
 - Cocina
 - Mascotas
 - Moda
 - Literatura
 - Deporte
 - Hobbies en general
 - Turismo / viajes
 - Entre otras...
 - Crianza bebés / niños



Contenido Temático



- Contenido **neutro**, se recomienda que la aparición de la marca sea sutil. Busca **crear audiencias** impulsadas por suscripciones, relacionamiento vía eMail, redes sociales, mensajería de texto y posicionamiento en buscadores.
- Objetivo: generar **interacción/engagement**, relacionamiento.
- Periodicidad: **constante**.





Contenido Temático



Contenido Temático





Contenido Temático



Contenido Real Time (RTM)



Contenido
Real Time

- Contenido sobre un tema del que se esté hablando, que esté de moda (**trending topic**). Si el tema es afín al público objetivo, la marca de forma creativa se puede involucrar en la conversación.
- Algunos temas sobre los que se puede generar este tipo de contenido:
 - Challenges
 - Series o películas
 - Farándula
 - Deportes
 - Memes
 - Fechas comerciales
 - Noticias sobre tecnología
 - Eventos
 - Entre otros...



Contenido Real Time (RTM)



Contenido
Real Time

- Dependiendo del potencial del tema, es recomendado llevar este contenido inclusive a ser una campaña buscando viralidad.
- Objetivo: generar **interacción/engagement**.
- Periodicidad: siempre que exista una **oportunidad**.





Contenido RTM



* Por COVID-19



Contenido Real Time (RTM)

Chocolates Jet
6 de mayo a las 14:55

La reacción que todos estamos esperando. 🍫



1,1 mil 86 comentarios 160 veces compartido

Me importa Comentar Compartir

ESSA
siempre adelante

Grupo epy

Club Atlético Nacional Oficial
24 de abril

#ElVerdeEnCasa | Evita el contacto con otras personas al máximo. Así como Vladimir en esta jugada.



8,3 mil 356 comentarios 4,4 mil veces compartido

* Por COVID-19





Contenido RTM



Contenido **WOW!**



Campaña o contenido en video generalmente (aunque puede integrar diferentes formatos), que tiene un mensaje muy potente con capacidad de **volverse viral**.





Viral : Humano

Contenido relacionado con lo que más disfrutamos,
lo que nos **emociona**, lo que nos **impacta**...

- Conocer historias reales
- Reír :)
- Emocionarse, mover fibras
- Disfrutar pendejadas...

Contenido **WOW!**



- De **buena factura** generalmente, adaptable a diferentes medios digitales, inclusive con potencial de llevarlo a televisión.
- Debe estar basado en **conceptos líquidos** (aplicables a diferentes acciones de comunicación de la marca).
- Objetivo: generar **impactos**, dar de qué hablar.
- Periodicidad: **1 - 4 en el año** (no es mandatorio).





Dove - Belleza REAL





Contenido
WOW!



ESSA
siempre adelante

Grupo epry





Algunas recomendaciones



Sin importar el tipo de contenido es fundamental **apoyarlo con pauta**, sobre todo si el costo de producción es alto, en este caso la inversión en pauta debe ser alta también y **hacer eficiente el costo por contacto**.

Se debe implementar una **estrategia 360** para generar más alcance, no solo basada en pauta, se recomienda tener en cuenta otros aspectos como **posicionamiento orgánico, influencer marketing, campañas de endomarketing, voz a voz, entre otros...**



Medición

ESSA
siempre adelante

Grupo epry





Key

Indicator

Performance

Los 5 criterios de los objetivos SMART

S M A R T

Específicos



Medibles



Atractivos



Realistas



**Definidos en
el tiempo**





Gracias

www.smdigital.com.co 

ESSA
siempre adelante

Grupo-epm

