

INFORMACIÓN BÁSICA	
TEMA:	AUTOR: <i>(poner redes sociales y una pequeña bio)</i> <i>(agregar foto del autor para publicaciones de promoción del mismo)</i> Si perteneces a alguna institución poner redes también.
KEYWORD:	FECHA DE ENTREGA:

TÍTULO DEL CONTENIDO Máximo 60 caracteres (Debe incluir una palabra clave) (hacerlo atractivo, llamativo. Que genere interés y apertura del texto)
META DESCRIPCIÓN (80 caracteres - máximo 100)

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

¿CÓMO AYUDA ESTE CONTENIDO AL PÚBLICO OBJETIVO?

FORMATO / TIPO CONTENIDO (Escoger 1)		
El post de texto 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 Consiste en responder a preguntas frecuentes que surjan en función de la temática de tu sitio.
Infografía Las infografías, fácil de leer y digerir, muy visuales y, además, más susceptibles de convertirse en virales.		Checklists Es un listado de cosas que debes hacer o que no puedes olvidar.
Comparativo		Recursos

Este tipo de post suele ser muy útil para comparar dos productos o para mostrar «un antes y después.		Un post sobre recursos o herramientas, que le ofreces a tu lector de manera gratuita.	
Manuales y guías 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 Estos pueden ser escritos o en video centrados en una personalidad.	
Colaboraciones Una red de colaboraciones, que te permita de vez en cuando darle a tu espacio a terceros, relacionados a la marca.		Otro	

RECOMENDACIONES MEJORES PRÁCTICAS PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO

- ✓ Enfócate siempre en el contenido para tus buyer personas y en qué estado se encuentran del buyer journey.
- ✓ Mantenlo educativo, no promocional. Hasta la etapa de decisión del buyer journey tu producto no debería ser mencionado.
- ✓ Enfócate primero en la parte informativa del contenido, después en el diseño.
- ✓ Menos es más: las buyer personas están probablemente tan ocupadas como tú, hazles más fácil utilizar tu contenido.
- ✓ El título, encabezados y Alt-Text de las imágenes deben incluir una long-tail keyword (Máx de 60 caracteres. Google solo muestra eso en los resultados de búsqueda). También debe usarse la keyword de forma natural dentro del contenido.
- ✓ Incluir enlaces internos y externos relevantes en el mismo contenido. Estos enlaces puedes ser un link separado o un link que destaca una frase dentro del contenido.

CONTENIDO (500 palabras)

TÍTULO

INTRODUCCIÓN:

DESARROLLO

CIERRE - LLAMADO A LA ACCIÓN

Hashtags/etiquetas alusivos a su contenido: #