

Herramientas de marketing aplicadas a la internacionalización de empresas

Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a organizaciones y profesionales a adaptarse al entorno digital para ser más productivos y eficientes.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

De qué vamos a hablar

1. **Planteamiento** de una estrategia de contenidos
2. **Google Trends**: analizar tendencias de búsqueda
3. **KW Finder**: estudiar palabras clave y competidores
4. **AnswerThePublic**: encontrar temas para contenidos
5. **Otras herramientas útiles**

Planteamiento de una estrategia de contenidos

¿Por qué?

- Dar a conocer tu marca.
- Lanzar un producto o servicio.
- Buscar socios comerciales.
- Generar comunidad.

Planteamiento de una estrategia de contenidos

Corto plazo
+ Rápido + Volátil



SEM

Medio-largo plazo
- Rápido + Persistente



SEO

¡No son estrategias excluyentes!

Planteamiento de una estrategia de contenidos

Análisis

Objetivos

Acciones

Planteamiento de una estrategia de contenidos

Análisis

- Marca: productos / servicios
- Público: quién / dónde / cómo
- Mercado: sector / competencia / referentes

Planteamiento de una estrategia de contenidos



Objetivos

- **S**pecific
- **M**easurable
- **A**chievable
- **R**elevant
- **T**ime-bound

Planteamiento de una estrategia de contenidos

Objetivos

Vender más **VS.** Vender un 10% más del producto X durante el ultimo trimestre

Darnos a conocer **VS.** Generar una comunidad de al menos 15.000 usuarios en nuestras redes sociales el próximo año

Planteamiento de una estrategia de contenidos

Acciones

- Artículos, noticias, reportajes...
- Encuestas y estudios
- Imágenes, infografías...
- Presentaciones, e-Books...
- Newsletters
- Vídeos y podcast
- Interactivos, juegos...

Google Trends

Para qué sirve

Para comparar conceptos de búsqueda, conocer su evolución en el tiempo, las localizaciones más destacadas y cuáles se convierten en tendencias.

Cómo acceder

Desde google.es/trends. Si te conectas con una cuenta de Google puedes activar suscripciones por email: google.es/trends/subscriptions.

Qué coste tiene

Google Trends es una herramienta completamente gratuita.

Google Trends

Qué usos podemos darle

- Localizar tendencias de búsqueda a nivel internacional.
- Ver la estacionalidad de ciertos productos y/o servicios.
- Comparar términos similares y ver dónde se buscan más.
- Encontrar variantes de búsqueda que eran desconocidas.

KW Finder

Para qué sirve

Para analizar palabras clave comparando términos por volúmenes de búsqueda, costes por clic, competidores directos, tendencias, etc.

Cómo acceder

Desde kwfinder.com. Es necesario crear una cuenta de usuario.

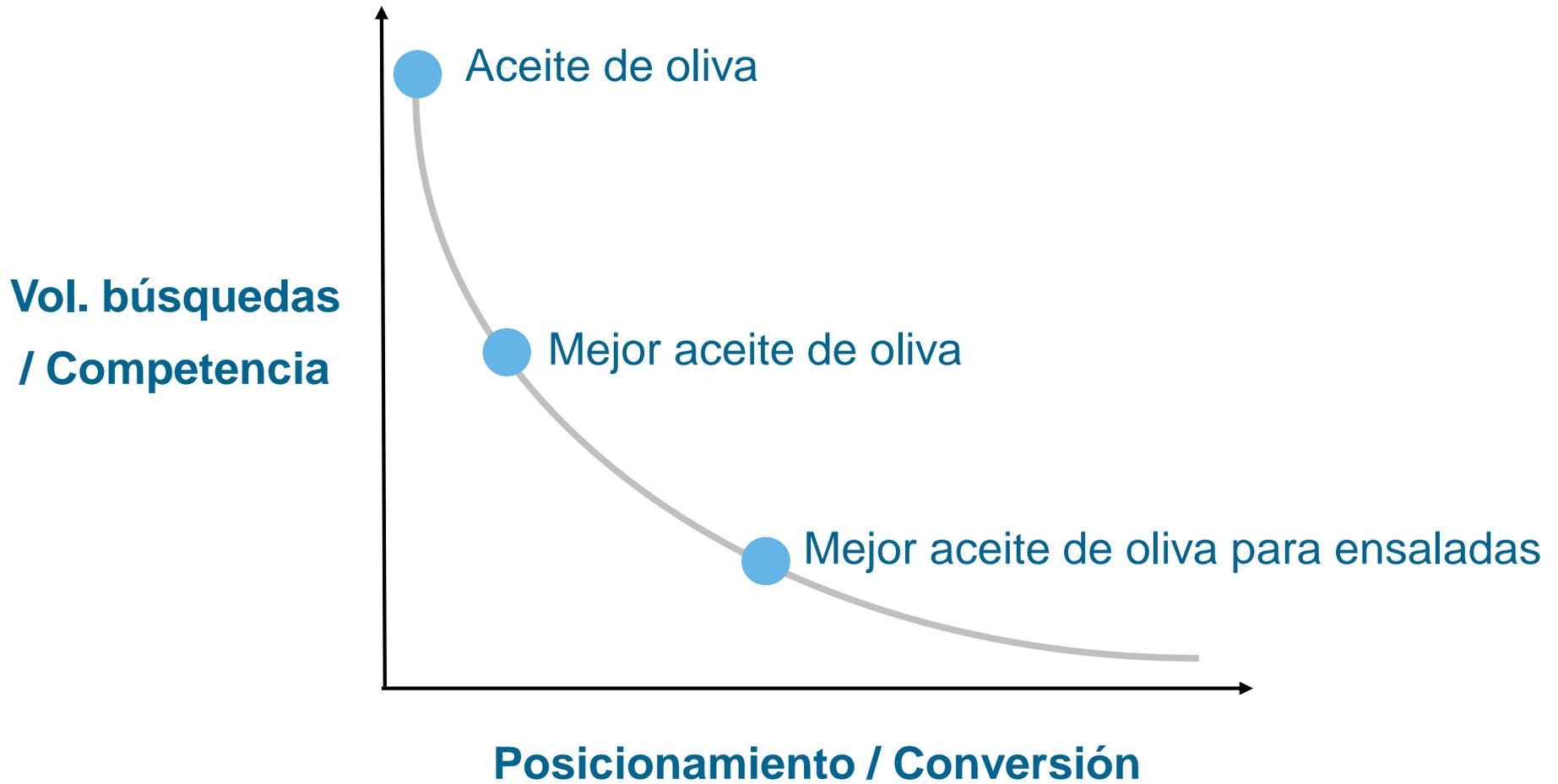
Qué coste tiene

Prueba completa gratuita de 10 días. Versiones por suscripción en: mangools.com/plans-and-pricing.

KW Finder

Qué usos podemos darle

- Encontrar las palabras clave adecuadas para trabajar el SEO.
- Descubrir derivaciones long-tail de palabras clave short-tail.
- Comparar costes de palabras clave para campañas de publicidad.
- Localizar competidores directos/indirectos por términos de búsqueda.



KW Finder

Cómo analizar palabras clave

1. Listado inicial de términos.
2. División en grupos short y long-tail.
3. Trabajar con palabras sinónimas / similares.
4. Observar bien competidores por cada término.

AnswerThePublic

Para qué sirve

Para encontrar ideas sobre las que desarrollar contenidos a partir de sugerencias de búsqueda obtenidas desde un término específico.

Cómo acceder

Desde answerthepublic.com. No hace falta crear cuenta de usuario.

Qué coste tiene

Versión gratuita limitada por tráfico. Versión de pago para profesionales y empresas en: answerthepublic.com/pages/pro.

AnswerThePublic

Qué usos podemos darle

- Localizar temáticas para crear contenidos relevantes.
- Descubrir búsquedas específicas sobre un producto/servicio.
- Encontrar añadidos a un concepto determinado en las búsquedas.
- Ver comparativas de una palabra clave con otros términos.

Otras herramientas útiles



Muchas gracias