

Blog para empresas o Business Blogging

Probablemente cuando escuches la palabra blog o el término blogging lo asocies con cosas que nada tienen que ver con una empresa, sino más bien con algo más informal. Pero, es precisamente el tono relajado y cercano de este formato lo que va a permitir que tu empresa se acerque mucho más a su audiencia.

Es cierto que en un principio, los blogs eran utilizados con fines netamente personales y servían para que la gente expresara sus ideas, opiniones y sentimientos, pero actualmente son una herramienta que funciona perfectamente para difundir contenido interesante relacionado con un producto o servicio.

Los especialistas en el área de marketing coinciden en que el Business Blogging es muy útil, pero no para la promoción directa, sino más bien para ofrecer información atractiva y útil que ayuda a atraer a la audiencia.

¿Por qué es importante un blog para empresas?

El Business Blogging permite tener contacto directo con los clientes, subir contenido de interés, publicar el lanzamiento de nuevos productos y compartir noticias.

Con el manejo adecuado, el blog para empresas o blog corporativo contribuye a tener comunicación con la audiencia, pero más importante aún, una valiosa retroalimentación, a través de la suscripción, los comentarios y las recomendaciones.

Con los blogs, las empresas pasan a ser medios de comunicación capaces de producir contenido a través de artículos de interés para los lectores. Estas entradas se organizan de manera cronológica y, normalmente, su contenido está dirigido a enriquecer de alguna manera el beneficio que tiene algún producto o servicio e incluso el valor que tiene una marca.

Algunas de las ventajas asociadas al Business Blogging son las siguientes:

- Es una estrategia que implica poca inversión de dinero y genera grandes beneficios para las marcas.
- Es una herramienta que contribuye a mejorar la visibilidad de la empresa o marca en los distintos buscadores.
- Es una alternativa que permite establecer relaciones significativas y a largo plazo con la audiencia.
- Es una opción que mejora la reputación de la empresa entre los clientes e incide en el aumento de las ventas.

- Es una posibilidad que, bien llevada, es capaz de ponernos en contacto con potenciales clientes o prospectos.

De acuerdo con los expertos, respaldados por estudios y diferentes estadísticas, las empresas que hacen uso de los blogs como parte de la estrategia de marketing, reciben mayor cantidad de visitas en sus sitios web que aquellas que no usan la herramienta.

¿Cuál debes ser el contenido de un blog corporativo?

Para que un blog tenga el éxito esperado, debemos ir más allá de simplemente escribir una publicación, hacer clic en publicar, eso no es suficiente.

Debes decantarte por estrategias cuya efectividad esté más que comprobada para generar tráfico, para aumentar las conversiones y también para generar autoridad. Puedes, por ejemplo, hacer guías, paso a paso, contenidos basados en listas, comparaciones y textos respaldados por expertos.

Otra idea que funciona es mezclar cosas y alejarte lo más posible de los contenidos aburridos y repetidos. En estos tiempos en los que estamos sobreexpuestos a información y datos de todo tipo, la originalidad y el valor agregado son características que se aprecian.

Nunca debes menospreciar el poder del Business Blogging, pues es una herramienta que se ha convertido en un punto clave en el área del marketing, para acercarte aún más a quienes finalmente definirán el éxito o el fracaso de tu negocio: la audiencia.

Pero recuerda que para que esto resulte, lo que le presentas a tus lectores debe ser interesante, informativo, educativo y atractivo a partir de temas que hagan fluir a tus clientes.