
Marketing De Contenidos B2b

The Content Marketing Handbook

They Ask, You Answer

LinkedIn Marketing Business

Técnicas Avanzadas de Blogs Para Crear Ingresos Pasivos en Línea

Content That Converts

LinkedIn Marketing Business

COMT040PO - Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial

Gana más vendiendo a empresas

They Ask, You Answer

Estrategias de Marketing Digital en un entorno Ciberseguro

LinkedIn para empresas

Generando valor

Curso de marketing en LinkedIn. Menos publicidad, más clientes

El Libro de Jugadas Avanzado del Blog

RESUMEN--Welcome to the Funnel

Marketing 4.0 (Versión México)

Content is Currency

Sin contenidos no hay marketing (digital)

Master Content Strategy

Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses

Digitalízate

Conversation Marketing

Global Content Marketing: How to Create Great Content, Reach More Customers, and Build a Worldwide Marketing Strategy that Works

Conecta tu negocio: La transformación digital de los canales de venta

Innovación y marketing de servicios en la era digital

Contenido para convencer, Curso general de Estrategia de Contenidos

The Content Formula

Marketing de contenidos

Marketing en redes sociales

Manual. Marketing básico en medios sociales (COMM045PO). Especialidades formativas

RESUMEN - Welcome To The Funnel / Bienvenido al embudo: Tácticas probadas para elevar su marketing social y de contenidos al máximo por Jason Miller

Nuevos retos del Patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo.

ECRM 2017 16th European Conference on Research Methods in Business and Management

Innovación y tendencias empresariales

DESCUBRE CÓMO TRANSFORMAR TU CONOCIMIENTO EN BENEFICIO: UNA GUÍA COMPLETA PARA VENDER E-BOOKS CON ÉXITO

Social Media Marketing en destinos turísticos

Buyer Personas

Marketing digital

MARKETING PARA SERVICIOS PROFESIONALES Y B2B: Guía Práctica.

*Marketing De
Contenidos B2b*

*Downloaded from
dev.mabts.edu by guest*

TURNER MOHAMMAD

The Content Marketing Handbook Ra-Ma Editorial

Gana más vendiendo a empresas Marcombo

Thiago Rivera

Cómo crear una estrategia de content

marketing para enamorar a tus clientes y transformarlos en embajadores de tu marca. El mundo cambió. Los seres humanos cambiamos. El marketing también debe hacerlo. Y para eso solo hay un camino: los contenidos, que permiten entregar valor real a las personas. Hacer marketing de contenidos es mucho más que levantarse un día y subir un post a

Instagram o un video a TikTok. Es definir una estrategia, trazar un plan y ejecutarlo. Un proceso que implica muchísimas etapas, tareas, canales, tácticas, roles y saberes, que Raquel Oberlander tuvo la capacidad de condensar en un modelo al que bautizó HEPIC 10 y que comparte con infinita generosidad en este libro. Crear contenidos obliga a las organizaciones a definir un propósito que va mucho más allá de las ventas y la rentabilidad. Obliga a mirar el alma, en lugar de mirarse el ombligo. Y luego entregar aquello que se descubre en forma de mensajes que no interrumpen lo que las personas están viendo, sino que sean lo que quieren ver (o leer o escuchar). Sin contenidos no hay marketing (digital) está dedicado a profesionales de

marketing y comunicación, pero también a los CEO, gerentes, emprendedores, músicos, abogados, contadores, coaches, porque, de una manera u otra, todos necesitamos generar contenido para promover el crecimiento de nuestros proyectos y de nuestra marca personal. Y también es ideal para los creadores de contenido, ya sean productores audiovisuales, diseñadores gráficos, redactores, influencers, freelancers, community managers, que son los aliados clave y grandes protagonistas en este proceso.

They Ask, You Answer Wiley

Estamos inmersos en la revolución de «lo digital». Una revolución tecnológica, social y cultural que está transformando profundamente la forma en la que nos comunicamos, relacionamos,

trabajamos, aprendemos y disfrutamos. Digitalízate es una hoja de ruta para ayudar a las empresas a aprovechar las nuevas oportunidades digitales y evitar que sucumban en el intento. El libro proporciona a directivos y emprendedores una visión sobre el significado de la digitalización, cómo afecta a sus compañías y qué aspectos deben tener en cuenta para definir su estrategia digital. Alberto Delgado recorre los doce dominios de la digitalización de la empresa, desde las redes sociales hasta los cambios en las organizaciones, pasando por el marketing digital o el Big Data. El lector encontrará casos reales y numerosas ideas sobre iniciativas o proyectos de transformación que pueden mejorar la posición competitiva de su empresa

gracias a la adopción de lo digital. Digitalízate es una hoja de ruta para ayudar a las empresas a aprovechar las nuevas oportunidades digitales y evitar que sucumban en el intento. El libro proporciona a directivos y emprendedores una visión sobre el significado de la digitalización, cómo afecta a sus compañías y qué aspectos deben tener en cuenta para definir su estrategia digital. Alberto Delgado recorre los doce dominios de la digitalización de la empresa, desde las redes sociales hasta los cambios en las organizaciones, pasando por el marketing digital o el Big Data. El lector encontrará casos reales y numerosas ideas sobre iniciativas o proyectos de transformación que pueden mejorar la posición competitiva de su empresa

gracias a la adopción de lo digital.

LinkedIn Marketing Business María Lázaro Ávila

LinkedIn es la plataforma social más veterana de las actualmente con mayor número de usuarios en el mundo: nació en diciembre de 2002, aunque su lanzamiento oficial no llegó hasta mayo de 2003. Pero LinkedIn no es sólo una red social: es la mayor base de datos de profesionales del mundo, con más de 313 millones de miembros a 30 de junio de 2014. Sus usuarios buscan, a priori, fortalecer sus contactos de negocio, y son muy proclives a las comunicaciones corporativas. Aún así, LinkedIn es también una de las plataformas más desconocidas en materia de marketing corporativo, quizás por su carácter especializado y su orientación

profesional, que hace que haya quien aún la perciba como la red social de búsqueda de empleo. Nada más lejos de la realidad. Este eBook nace con la intención de servir de orientación a pequeñas, medianas y grandes compañías sobre cómo obtener el máximo rendimiento de LinkedIn en el marco de su estrategia de marketing. En 'LinkedIn para empresas: claves y estrategias para sacarle el máximo partido en marketing corporativo' encontrarás más de 80 páginas con: - Todas las pautas para crear y lanzar con éxito una página de empresa, producto o universidad en LinkedIn, así como un grupo corporativo o una campaña de publicidad. - Más de 45 casos prácticos de pequeñas, medianas y grandes empresas en LinkedIn, tanto de España

como de otros países. - Tutoriales paso a paso para empezar desde cero y sin necesidad de conocimiento previo, y culminar el proceso con éxito. - Consejos concretos sobre qué errores no cometer, y cómo hacerlo bien, en LinkedIn. - Recursos e ideas para instrumentar la estrategia de marketing en LinkedIn sin necesidad de inversión presupuestaria, si se carece de ella. - Material adicional en audio, para complementar las explicaciones. Bienvenido a este eBook: ha llegado la hora de sacarle el máximo partido a LinkedIn en marketing corporativo

Técnicas Avanzadas de Blogs Para Crear Ingresos Pasivos en Línea GAVEA LAB

La transformación digital es el mayor reto competitivo al que se enfrentan las empresas. La tecnología evoluciona a tal

velocidad, que muchos negocios establecidos de sectores tradicionales se han visto reemplazados por empresas de software. Netflix sustituyó a Blockbuster y los smartphones de Apple y Samsung a Kodak. No hay ningún sector que se quede al margen de la cuarta revolución industrial. La clave de la transformación digital no está en la tecnología, sino en el pensamiento estratégico. Debemos reinventar y repensar los procesos, pero también los productos y servicios que ofrecemos. La creación de valor continua es imprescindible y debe desarrollarse en contacto directo con la red de consumidores, el mercado y la competencia. La evolución de las tecnologías impulsará la innovación ágil, iterativa e incremental, desechando rápido aquellos proyectos que no

funcionen. Todo ello contará con el apoyo de las herramientas de inteligencia empresarial, que facilitan la toma de decisiones informada gracias al Big Data y la Inteligencia Artificial. ¿Qué encontrarás en este libro? Te enseñaremos a crear un entorno digital que facilite establecer conexiones con el mercado. Internet permite que el consumidor participe en el diseño de productos, y nos abre la puerta a un tipo de innovación participativa sin precedentes. Te guiaremos en la construcción de un sistema nervioso digital que interactúe con los clientes y dote a la empresa de agilidad y reflejos ante los cambios del mercado. Diseñarás tu Modelo de negocio, explorando más de 60 tipos de fuentes de ingreso, e incorporando métricas y objetivos

propios del entorno online. El objetivo será contar con una Fábrica de clientes que optimice el ciclo de comercial de la empresa. Explicaremos cómo implementar metodologías ágiles en la empresa, y construiremos el entorno digital completo: **BRANDING**: diseñaremos el conjunto de recursos y acciones que ayuda a los clientes a encontrar nuestra empresa, entender lo que ofrece y qué la hace diferente a la competencia. **ECOMMERCE**: claves para construir un catálogo de productos y servicios, integrando pasarelas de pago y sistemas de fidelización que generen ingresos repetibles y escalables. **ANALYTICS**: aprenderemos a medir el rendimiento de todas nuestras acciones y las de y las de nuestros clientes, de forma continua y

enriqueciendo nuestros datos internos con los datos de mercado y competencia que proporciona el Big Data. ¿A quién va dirigido este libro? A los Directores Generales y de Área que necesiten disponer de una visión estratégica de cómo la tecnología puede construir una ventaja competitiva en sus negocios. A los especialistas en Marketing digital y Ecommerce que quieran complementar su experiencia técnica con una mejor comprensión de los Objetivos de negocio desde una perspectiva empresarial. A Consultores de Negocio y Profesionales de la Innovación que asesoran y acompañan a las empresas en la construcción de puentes que unan la estrategia, el diseño y el negocio. Sobre el Autor: Conecta Software nació en el año 2013 y ha ayudado a cientos de

empresarios a transformar sus negocios a través de soluciones integrales de Ecommerce y Business Intelligence. Participa en Jornadas de transformación digital, formación en comercio electrónico y Marketing online organizadas por diferentes organizaciones empresariales y organismos públicos.

Content That Converts John Wiley & Sons

El panorama empresarial cambia constantemente, convirtiendo el seguimiento de tendencias y la innovación en un proceso de búsqueda continua y dinámica para las empresas; la revolución industrial 4.0 es una ola imparable y trae grandes cambios que redundarán en las organizaciones de forma importante, esto las obliga más

que nunca a buscar la manera de estar a la vanguardia y de mantener una actitud de aprendizaje constante, con el fin de fortalecerse para asumir los nuevos retos.

LinkedIn Marketing Business Universidad Panamerica

Si desea crear un Blog exitoso para generar años de ingresos pasivos, siga leyendo ... ¿Tiene problemas para obtener tráfico orgánico a su sitio web? ¿Monetizando tu blog de múltiples maneras comprobadas? ¿Crear un sitio web de aspecto avanzado sin tener que aprender a codificar? ¿O perfeccionando la publicación de blog perfecta? Si este es el caso, dentro de este libro, varios líderes en el espacio de los blogs han compartido su conocimiento personal sobre cómo superar estos problemas y

más. Dentro de esta guía completa, se le enseñará: - Cómo una estrategia de escritura particular puede ayudarte a crear la publicación de blog perfecta. - El único método integral sobre cómo puede crear un sitio web de aspecto avanzado para su blog con 13 simples pasos. - Técnicas de monetización comprobadas que pueden aumentar significativamente los ingresos de su blog. - Cómo utilizar estrategias de marketing secretas que pueden atraer grandes cantidades de visitantes relevantes a su sitio. - Y mucho, mucho más. Los métodos y conocimientos probados en este libro son muy fáciles de seguir. Incluso si nunca antes ha oído hablar de los blogs, podrá alcanzar un alto nivel de éxito. ¿Le gustaría saber más? Descárguelo ahora si desea vivir el estilo de vida de sus

sueños y crear un blog del que pueda estar orgulloso. Desplácese hasta la parte superior de la página y seleccione el botón "Comprar Ahora" hoy.

COMT040PO - Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial Shortcut Edition

¿Por qué LinkedIn es la red ideal para que profesionales, autónomos y pymes puedan vender? LinkedIn es la red profesional más grande del mundo. Es la preferida de propietarios de negocios, directivos y decisores de compra en las empresas y una plataforma que ha multiplicado sus usuarios en los últimos años. No es una red de "memes" y "bailecitos", es un lugar de networking y relaciones donde una buena estrategia genera mayores ventas para tu negocio.

Una red en la que miles de profesionales de todos los sectores están cerrando ventas cada día y donde tú también puedes generar negocio en muy poco tiempo sin necesidad de tener millones de seguidores. LinkedIn es un lugar donde la gente busca servicios, contenido y profesionales, donde puedes destacar frente a tu competencia y cerrar ventas mientras tus competidores gastan tiempo y dinero en otras redes no enfocadas a profesionales. Una de cada tres ventas online entre empresas se cierran en esta red, cuatro veces más que Facebook y diecinueve veces más que Instagram. En este libro conocerás a fondo LinkedIn y la metodología Agenda Llena, aprenderás a utilizar esta red de forma profesional, a sacarle todo el rendimiento a tu marca personal y

profesional y a generar reuniones con empresarios. Sin duda, si sigues toda la estrategia y consejos, terminarás generando grandes ventas para tu negocio.

Gana más vendiendo a empresas

Estrategia del Contenido

The Content Formula answers the biggest question currently on marketer's minds: what is the ROI of content marketing? This book provides a step by step guide for marketers, and is divided into three parts: how to build the business case for content marketing, how to find the budget to establish a new content marketing program, and how to measure content marketing success in business terms.

They Ask, You Answer Conecta Software
A masterclass in content marketing

strategy for content creators at every stage of the journey

Estrategias de Marketing Digital en un entorno Ciberseguro Quiken

Las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general están revolucionando la forma de llegar a nuestros clientes. El cliente de hoy tiene unos hábitos diferentes al de hace unos años: está hiperinformado, hiperconectado, ama las empresas honestas y éticas, no compra sin antes comparar, confía en las experiencias de otros consumidores y es infiel a las marcas. Por eso, ahora más que nunca, es necesario reorientar nuestras prácticas de marketing para ganar el apoyo y confianza del cliente. Si conseguimos superar sus expectativas no solo nos comprará, sino que nos

recomendará. Para ello es necesario ofrecer experiencias transparentes y coherentes, y cubrir cada aspecto del producto que este demande: marcas más humanas, mayor compromiso, ofertas mejores y más personalizadas. Es el marketing 4.0. Para lograr ese compromiso del cliente y su recomendación, los autores de Marketing 4.0 nos proponen combinar lo mejor de ambos mundos, el marketing tradicional y el marketing digital. Nos indican cómo poner en marcha estrategias 360º complementándolas con inteligencia artificial para mejorar la productividad del marketing, o el big data para adaptarnos mejor a las necesidades del cliente.

LinkedIn para empresas Editorial Elearning, S.L.

¿Estás listo para convertir tu conocimiento en un flujo constante de ingresos? "Descubre Cómo Transformar tu Conocimiento en Beneficio" es tu guía completa para dominar el arte de vender e-books con éxito. Dentro de estas páginas, encontrarás estrategias probadas que te llevarán desde la creación hasta la promoción de tus e-books. Aprenderás cómo dar vida a tus ideas y conocimientos a través de las palabras, y cómo presentarlos de manera atractiva para tu audiencia. Con consejos prácticos y técnicas efectivas, este libro te guiará en cada paso del camino. Desde la elección de un nicho rentable hasta la creación de contenido valioso y la promoción eficaz, estarás equipado con las herramientas necesarias para destacarte en el

competitivo mundo de los e-books. No importa si eres un autor novato o si ya tienes experiencia en la escritura, "Descubre Cómo Transformar tu Conocimiento en Beneficio" te proporcionará las claves para generar ingresos a partir de tu pasión y experiencia. Prepárate para desbloquear nuevas oportunidades y comenzar a cosechar los frutos de tus conocimientos. Si estás listo para embarcarte en un viaje hacia la monetización de tus ideas y conocimientos, este libro es tu compañero de confianza. ¡Prepárate para convertir tus e-books en una fuente de ingresos exitosa y duradera!

Generando valor ANAYA MULTIMEDIA
Named one of Fortune Magazine's "5 Best Business Books" in 2015 See your

offering through the buyer's eyes for more effective marketing Buyer Personas is the marketer's actionable guide to learning what your buyer wants and how they make decisions. Written by the world's leading authority on buyer personas, this book provides comprehensive coverage of a compelling new way to conduct buyer studies, plus practical advice on adopting the buyer persona approach to measurably improve marketing outcomes. Readers will learn how to segment their customer base, investigate each customer type, and apply a radically more relevant process of message selection, content creation, and distribution through the channels that earn the buyers' trust. Rather than relying on generic data or guesswork to determine what the buyer

wants, the buyer persona approach allows companies to ask the buyer directly and obtain more precise and actionable guidance. Buyer personas are composite pictures of the people who buy solutions, services or products, crafted through a unique type of interview with the people the marketer wants to influence. This book provides step-by-step guidance toward implementing the buyer persona approach, with the advice of an internationally-respected expert. Learn who buys what, and why Understand your buyer's goals and how you can address them Tailor your marketing activities to your buyer's expectations See the purchase through the customer's eyes A recent services industry survey reports that 52 percent

of their marketers have buyer personas, and another 28 percent expect to add them within the next two years - but only 14.6 percent know how to use them. To avoid letting such a valuable tool go to waste, access the expert perspective in Buyer Personas, and craft a more relevant marketing strategy. *Curso de marketing en LinkedIn. Menos publicidad, más clientes* Editorial UOC Al leer este resumen, descubrirá cómo gestionar de forma óptima su estrategia de marketing de contenidos y redes sociales. También descubrirá : la importancia de una estrategia integrada en la que se exploten todos los canales de forma complementaria; el creciente potencial de las redes sociales en el B2B los secretos para publicar regularmente contenidos atractivos los indicadores

que debe supervisar para garantizar sus resultados; consejos prácticos para planificar y evaluar sus iniciativas. El marketing de contenidos es una técnica cada vez más popular, especialmente en B2B (business-to-business). También es una disciplina compleja que puede practicarse a través de múltiples canales. Los datos contradictorios, las ideas preconcebidas y las dificultades para establecer indicadores fiables pueden ser muy difíciles de sortear para los profesionales. He aquí una guía práctica para diseñar su estrategia, crear y utilizar contenidos de calidad y construir su presencia en las redes sociales. ¡Ya no tendrá ningún secreto de la parte inferior del método!

El Libro de Jugadas Avanzado del Blog
Babelcube Inc.

The revolutionary guide that challenged businesses around the world to stop selling to their buyers and start answering their questions to get results; revised and updated to address new technology, trends, the continuous evolution of the digital consumer, and much more In today's digital age, the traditional sales funnel—marketing at the top, sales in the middle, customer service at the bottom—is no longer effective. To be successful, businesses must obsess over the questions, concerns, and problems their buyers have, and address them as honestly and as thoroughly as possible. Every day, buyers turn to search engines to ask billions of questions. Having the answers they need can attract thousands of potential buyers to your company—but

only if your content strategy puts your answers at the top of those search results. It's a simple and powerful equation that produces growth and success: They Ask, You Answer. Using these principles, author Marcus Sheridan led his struggling pool company from the bleak depths of the housing crash of 2008 to become one of the largest pool installers in the United States. Discover how his proven strategy can work for your business and master the principles of inbound and content marketing that have empowered thousands of companies to achieve exceptional growth. They Ask, You Answer is a straightforward guide filled with practical tactics and insights for transforming your marketing strategy. This new edition has been fully revised and updated to reflect

the evolution of content marketing and the increasing demands of today's internet-savvy buyers. New chapters explore the impact of technology, conversational marketing, the essential elements every business website should possess, the rise of video, and new stories from companies that have achieved remarkable results with They Ask, You Answer. Upon reading this book, you will know: How to build trust with buyers through content and video. How to turn your web presence into a magnet for qualified buyers. What works and what doesn't through new case studies, featuring real-world results from companies that have embraced these principles. Why you need to think of your business as a media company, instead of relying on more traditional (and

ineffective) ways of advertising and marketing. How to achieve buy-in at your company and truly embrace a culture of content and video. How to transform your current customer base into loyal brand advocates for your company. They Ask, You Answer is a must-have resource for companies that want a fresh approach to marketing and sales that is proven to generate more traffic, leads, and sales.

RESUMEN--Welcome to the Funnel

Nicholas Brealey

This book is for entrepreneurs and the leaders of B2B businesses who want to use content marketing to bring a predictable stream of qualified leads into their sales cycles, and need a replicable system to make it happen. This book provides that system - a step-by-step

process that can be executed in any business to generate qualified leads and more conversions with content marketing. In Content That Converts, you'll learn:- How to get clear on your audience, offers and messaging (and why those three elements are so important)- How to develop a recurring content system, and how to create long-form content assets (such as books and courses) that establish you as an industry leader- How to distribute your content effectively with email and SEO, to expand your reach and create conversion opportunities that translate to sales- How to hone your conversion potential over time with the principles of influence and market sophistication, and how to write powerful sales copy as a result" Laura is a content machine that

pumps out excellence onto paper."Jeff Root, SellTermLife and #1 Amazon Bestseller"Using your strategies, we're getting more sales and people are much more engaged. Good work!"Scott Desgrosseilliers, Wicked Reports"Laura has a great ability to draw out the nuances of how things are done in any business. Her writing is fantastic and the delivery is spot on."Tristan King, owner of Blackbelt Commerce, top-rated Shopify agency in the world

Marketing 4.0 (Versión México) EDITORIAL CEP

Mediante esta especialidad se aprenderá a aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes. Además, se conocerán aspectos relacionados con el seguimiento tras los eventos, así como

su planificación. Tema 1. Gestión de la Venta y su Cobro. Atención de Quejas y Reclamaciones. 1.1. La gestión comercial. 1.2. La relación con el cliente. 1.3. Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones. Tema 2. Herramientas de la Gestión Comercial. Seguimiento Después de Eventos. 2.1. El plan de marketing como herramienta de gestión. 2.2. La gestión comercial. 2.3. Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales. 2.4. La comunicación en marketing. Tema 3. Maréting Directo. 3.1. El marketing directo como parte del plan de marketing. 3.2. El plan de marketing directo. 3.3. Estrategias de interacción con los clientes. Tema 4. Marketing Digital. Utilización de las Redes Sociales y Otras Herramientas Web en la Gestión Comercial y de

Marketing. 4.1. La web 2.0 en la empresa. 4.2. Marketing en medios sociales - crear contenidos y conversar. 4.3. Marketing en medios sociales - escuchar y medir.

Content is Currency John Wiley & Sons "Prólogo de Oscar Torres" Muchas de las empresas actuales que solo vendían a clientes finales ahora venden a empresas, ya que eso les permite duplicar las ventas, aumentar la estructura y bajar los costes de producción. Tanto si ya vende a empresas como si se lo plantea, debe entender que ese proceso cambia de forma constante y de un modo rápido. Con este libro aprenderá todo lo que necesita para enfocar sus productos o servicios con el fin de sacar más beneficio de cada uno. o Aumentará sus

ingresos vendiendo a empresas. o Conocerá todo sobre el marketing B2B. o Aprenderá la diferencia entre business y business to consumer. o Definirá su experiencia de cliente. o Sabrá cómo atraer clientes a través de SEO, redes sociales, publicidad online, web, puerta fría 2.0, marketing directo y de contenidos. o Conocerá la fase de cultivo o nurturing. o Distinguirá la venta cruzada o cross-selling del up-selling. Aproveche la oportunidad y consiga el libro que le permitirá ver todas las posibilidades que tiene ante usted para triunfar vendiendo a empresas. Leticia del Corral es licenciada en Derecho y Administración y Dirección de Empresas, Máster en Gestión Comercial y Marketing, profesora del B2B Management Programme en ESADE

Business School y vicepresidenta de la Asociación Española de Marketing y Ventas B2B. Ha trabajado en diferentes multinacionales B2B tecnológicas como, por ejemplo, Vodafone y desde hace 8 años es consultora estratégica y formadora experta en B2B. Ayuda a empresas B2B a captar más, cerrar más ventas y aumentar el valor de vida de sus clientes.

Sin contenidos no hay marketing (digital)

ANAYA MULTIMEDIA

El contenido ha tomado protagonismo en las estrategias de marketing. Con especial jerarquía, en los medios sociales, hasta el punto de llegar a ser una solución para muchas empresas. El marketing de contenidos utiliza todo tipo de canales y formatos para atraer a los clientes de forma no intrusiva y

aportando valor. Pero no cualquier contenido es válido, ha de adaptarse a las necesidades del público objetivo y a las características del canal; si no es contenido de calidad, no resultará rentable. Por esta razón, se hace necesaria una estrategia que defina sus contenidos, para llevar a su empresa desde el lugar donde se encuentra, hasta el lugar que querría para ella. Aprenderá a acercarse al cliente sin venderle nada, pero generando confianza y credibilidad. Crecerá su visibilidad y reputación en los medios sociales. Esta es una obra imprescindible para todos aquellos que persiguen generar y usar los contenidos de forma profesional y sobrevivir en el nuevo contexto digital.

Master Content Strategy Thiago

Rivera
Covid-19, pandemia, distancia de seguridad, mascarillas, test serológicos, autotest de antígenos, vacunas, vacunas de refuerzo, teletrabajo, videoconferencias... todas estas palabras y muchas otras forman parte de nuestro vocabulario cotidiano desde hace dos años. No hay un día en que,

una conversación con familiares, amigos, compañeros de trabajo, o vecinos, no derive en el tema de la pandemia que ha impregnado nuestras vidas desde marzo de 2020. Se ha convertido, sin lugar a duda, en un hecho histórico que ha marcado un antes y un después en la historia reciente de la humanidad.

Related with Marketing De Contenidos B2b:

[© Marketing De Contenidos B2b Emily In Cursive Writing](#)

[© Marketing De Contenidos B2b Empire Of Storms Tower Of Dawn Tandem Read Guide](#)

[© Marketing De Contenidos B2b Emergency Room Mental Health Assessment](#)