

9 ejemplos espectaculares de marketing de contenidos

1. Grammarly

Hoy en día que escribir en inglés es casi una necesidad, Grammarly llega con una serie de productos que te ayudan a corregir la estructura de tus frases, dar más variedad léxica y comunicarte de forma adecuada según el contexto. Tal vez has visto sus anuncios de pago en redes sociales; más aún, la marca cuenta con un canal de YouTube con más de 100 mil suscriptores y un blog prolífico.

Sus recursos están enfocados en quienes no tienen el inglés como lengua materna y que necesitan trucos rápidos y consejos para mejorar su expresión.

Su oferta de contenidos es exitosa en tanto que permite a su audiencia reconocer cuáles son sus retos con el idioma, qué es lo que pueden hacer y cómo funcionan los productos Grammarly. Además, proporciona extensiones y recursos gratuitos que son el aperitivo para quienes desean adquirir la versión completa.

2. Mercado Libre

Mercado Libre reviró su estrategia de contenidos en 2020: creó una serie de conciertos dirigidos al público de Uruguay, Colombia, México y Chile. Esto le ayudó a posicionarse como una marca cercana y humana que creó experiencias para los profesionales de la salud, como un reconocimiento a su labor.

También ofrece una serie de contenidos sobre la historia de emprendedores, webinars para la creación de negocios online y más temas relacionados con las iniciativas digitales. Es por eso que cuenta con más de 640 mil suscriptores en YouTube y más de 15 millones de «me gusta» en su página de Facebook.

3. GoPro

¿Qué tal que tus clientes hagan todo el contenido por ti? GoPro ha sabido cómo usar el contenido generado por el usuario al darle la mayor difusión en YouTube e Instagram, principalmente. Verás que su feed está lleno de las hazañas de los usuarios, por lo que su estrategia de contenidos cumple el propósito de empoderar a los compradores y generar una comunidad auténtica.

4. Alcachofa y Romero

¿Quién dice que para una estrategia de contenidos necesitas un presupuesto de grandes marcas? Como ya sabes, una empresa pequeña o mediana puede mostrar contenidos que cautiven a su público, y es el caso de esta tienda de productos ecológicos locales.

En sus redes como Instagram no solo añade imágenes pulcras e impactantes de sus productos. También comparte consejos para que los consumidores sepan cómo reconocer a marcas realmente ecológicas, tips de reciclaje y cuidado ambiental, además de frases inspiradoras que muestran una imagen de marca sólida. Así es como cuida a sus más de 33 mil seguidores, todos interesados en un producto de nicho.

5. Binaria IT Services

En el mundo del marketing B2B, muchas empresas eligen promover sus contenidos en LinkedIn, en tanto que es un medio dedicado a los entornos profesionales. Este es el caso de Binaria IT Services, que publica contenidos especializados y relevantes para su audiencia. Algunos de los temas que toca son el gobierno de datos, las estrategias de información empresariales y demás.

6. Saber Gastar

Cuando entramos a Twitter, regularmente es porque buscamos informarnos sobre temas específicos. Buscamos datos, incluso de temas complejos, resumidos en unas cuantas palabras. Por ello, el programa de radio Saber Gastar ha aprovechado esta red social para difundir sus infografías y artículos de blog, donde comenta a su audiencia algunos consejos para mejorar sus finanzas personales y obtener seguridad financiera incluso en un entorno cambiante.

7. Laika

Laika, una marca de productos para mascotas colombiana, tiene un blog muy completo donde los humanos pueden consultar datos interesantes, tips de cuidado y sugerencias para sus compañeros animales. Verás que sus secciones principales son acerca de gatos, una más de perros y, finalmente, la que está dedicada a los cuidadores primerizos.

La compañía fortalece su presencia con sus redes sociales para clientes: Facebook, Instagram y YouTube. Además, se encuentra en LinkedIn, donde está enfocada en la búsqueda de talento.

8. D'Addario

La marca de cuerdas neoyorkina cuenta con un blog llamado «La sala de prácticas» (*The lesson room*) donde comparte sus consejos con intérpretes de cuerda, músicos de viento y percusionistas, así como artículos de interés para orquestas. Así, refuerza su autoridad como empresa líder en este mercado, apoyándose del conocimiento de sus profesionales asociados.

9. Vegan&Beer

Vegan&Beer, un restaurante de bocadillos veganos y cerveza artesanal, realiza marketing de contenidos visuales, principalmente en Instagram. Comparte las experiencias que pueden tener sus comensales y se enfoca en los productos y el ambiente, así como anuncia su menú, eventos especiales y los comentarios que ha recibido.



Material Complementario

Es un gran ejemplo de cómo una marca puede llamar la atención de su audiencia, incluso con una oferta para un público muy específico y con recursos sencillos como una fotografía de producto espontánea.

Fuente: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-contenidos>