

Diferencias entre Whitepaper y Ebook

Whitepaper, ebooks, ¿cuál es la diferencia entre uno y otro? ¿El formato? ¿La extensión? ¿El tipo de lenguaje que utilizamos?

La diversificación de contenidos es uno de los principales mandamientos a cumplir en cualquier estrategia de [Marketing de Contenidos](#). Vídeos, infografías, imágenes, presentaciones, esquemas, ... Todos ellos serán bienvenidos mientras nos permitan satisfacer las preferencias de nuestros buyer personas.

Entre todos estos recursos que utilizamos para dar valor a nuestro marketing de contenidos, encontramos dos que son fundamentales para atraer a nuevos lectores y darte a conocer con expertise en tu nicho: Los [ebooks](#) y los [whitepapers](#). ¿Pero qué diferencia hay entre estos dos tipos de recursos?

Aunque a primera vista puede parecer que son lo mismo, cada uno tiene sus características y depende del tema que desarrollemos, para elegir cuál nos conviene más y cómo desarrollarlo.

¿Qué son los Ebooks?

Los ebooks son básicamente, la versión digital de un libro. Dentro de sus ventajas, encontramos que los ebooks tienen una gran distribución a través de tiendas online como Amazon, Itunes, etc, donde gracias al auge de las tablets, se ha visto en crecimiento su lectura.

Características de los ebooks

- Encontramos una subdivisión en capítulos o diferentes partes, que se pueden desgarnar y ser un todo en sí mismas. Cada una de estas partes están totalmente diseñadas para hacer que la lectura sea rápida.
- El concepto básico de un ebook es que esté basado en ideas y tendencias de interés.
- El texto principal está complementado con llamadas de atención, viñetas, ejemplos, etc para que no se haga tan pesado.

- El lenguaje es coloquial y casual.

¿Qué son los Whitepapers?

Son documentos en forma de guía, que están diseñados para ayudar a los usuarios a resolver un determinado problema o entender un tema.

Funcionan mucho mejor en el mercado B2B y son utilizados para dar soluciones a problemas o para indagar de forma más amplia en un determinado área.

Características de los whitepapers

- Es lineal y se enfoca en un único tema.
- Los datos que incluye están centrados y basados en una investigación
- El tono es mucho más formal y específico que en un ebook.

Es esencial tener en cuenta:

- La longitud. El usuario se está acostumbrando a la idea de que los ebooks pueden asumir una extensión tan larga como se quiera. Siempre hay que tener en cuenta que si vamos a hacer un ebook, debería ser más extenso y más completo que un whitepaper.
- El enfoque. Los ebooks suelen ser más generales, cordiales y de fácil lectura. Si vas a optar por hacer algo más profundo o contundente, opta por hacer un whitepaper.

Para acabar: tanto los ebooks como los whitepapers están diseñados para educar al lector. Antes de decidir cuál de los dos utilizar en una determinada [estrategia de marketing de contenidos](#), lo ideal es analizar si la información que vamos a redactar requiere datos, si es más visual o si tiene que detallarse demasiado.

Fuente: <https://www.40defiebre.com/diferencia-whitepaper-ebook>