

Informe Marketing Digital

POR MARILYN GERAGHTY | ABRIL 2018

CONTENIDO Y LONG TAIL



El contenido es fundamental a la hora de posicionar una página web y pero es cada vez más difícil crear debido a las demandas de Google, ya que el gigante informático quiere contenido original, de interés y que sea compartido.

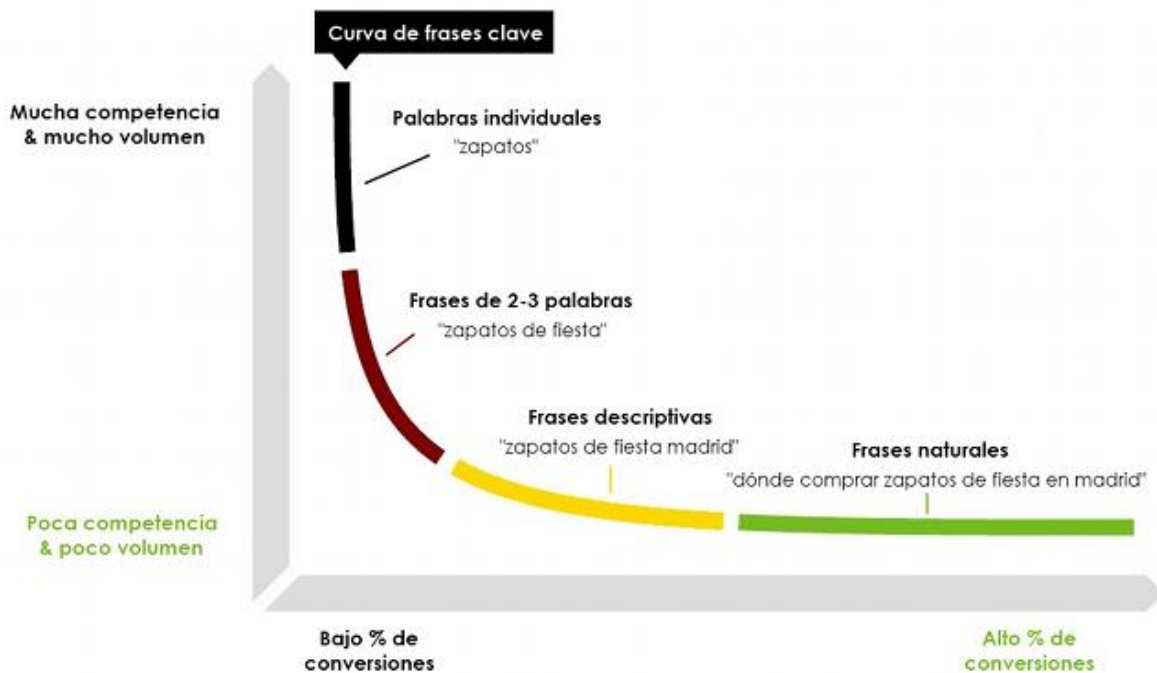
El objetivo del marketing de contenidos es generar credibilidad entre nuestros potenciales clientes, y para ello debemos proporcionar contenido útil o relevante, para que puedan satisfacer necesidades, sus gustos, sus preguntas.

El contenido de calidad tiene dos características:

- Se encuentra online.
- Ayuda a convertir (reservar) en nuestra web

Para ello, contar con una home page con contenido (por ejemplo: texto) nos ayudará a posicionarnos en Google con una más amplia gama de palabras claves (Long Tail), se recomienda utilizar términos de búsqueda que incluyan 4, 5 o tal vez más palabras.

¿Sabías que aproximadamente el 80% -90% del tráfico a tu sitio web proviene de este tipo de búsquedas?



Google premia a los sitios web con contenido y que utilizan palabras claves "más largas" y específicas. Por lo tanto, en lugar de tratar de competir con las OTA y las grandes cadenas hoteleras en palabras clave genéricas, debemos tener en cuenta los términos específicos que los huéspedes pueden estar buscando en realidad. Por ejemplo, "Hoteles en Jujuy" es

muy término muy amplio y, por lo tanto, competitivo, pero "Hotel cerca de la Quebrada de Humahuaca Jujuy " se orienta mejor y es probable que obtenga una clasificación más alta en los resultados de búsqueda.

Para poder llevar a cabo una estrategia de contenidos basada en el modelo "long tail" es vital tener en cuenta lo siguiente:

- ¿Qué contenido estaría buscando nuestro huésped?
- ¿Qué lo motiva a elegir nuestro hotel?
- ¿Qué tipo de hotel está buscando?
- ¿Qué experiencias quiere tener?
- ¿Qué atracciones y servicios cercanos están cerca de nosotros y podemos ofrecer?



Debemos guiar nuestra creación de contenidos para satisfacer a nuestros diferentes huéspedes y que se decidan por nuestro hotel.

Una vez que hayamos definido nuestro contenido, debemos actualizarlo! Nuestra web web debe contener información actualizada sobre el destino y sobre el hotel.

Una forma fácil de actualizar el contenido es compartiendo lo que otros publican, y también creando un # *hashtag* propio, y animar a nuestros huéspedes a que lo utilicen en sus publicaciones en las Redes Sociales.

Tips para el Long Tail



No basta simplemente con colocar texto y keywords en nuestra web, sino que también debemos contárselo a Google, por eso recomendamos:

- **Estructurar bien nuestra página web**, es decir debemos organizar nuestra web en categorías y sub-categorías, como siempre, tener una buena URL (buena = descriptiva) , y sus meta etiquetas correspondientes deben ser únicas y no estar duplicadas.
- **Verificar la indexación de la página web:** debemos monitorear que cantidad de páginas indexadas, cuales pueden tener errores, eliminar contenido duplicado, etc. Recordemos que Google cambia las reglas de juego todo el año.