

AUDITORÍA DE CONTENIDO

1# Haz un esquema de las páginas que ya tienes en tu web. (*Home, Conoce el equipo...*)

2# ¿Cuál es el mensaje que más destacas en tu página principal? Escríbelo.

3# Siendo honestos, ¿qué crees que es lo que más falla en general en tu web?

El resto de mensajes vamos a trabajarlos a lo largo del curso, por lo que todavía no voy a pedirte más sobre los contenidos de tu página.

Recuerda:

Crea una carpeta con tus capturas de pantalla de todas las páginas de tu web.

Tienes las instrucciones en el documento "Empieza por aquí".

Hora de auditar a tu competencia

Tu competencia es una fuente inagotable de información a la hora de escribir, plantear nuevos contenidos y descubrir qué es lo que la visita espera ver en tu página web.

Necesitas saber primero **quién es tu competencia**: qué tipo de mensajes crea, cómo se mueve y cuál es la estrategia que está siguiendo en su contenido.

Esta es la mejor forma de descubrir cuál es el tipo de mensajes que tu audiencia lleva tiempo escuchando.

Esta información te ayudará a conseguir dos elementos importantes:

- Descubrir el tono y estilo que tiene tu competencia.
- Verificar cuáles son los mensajes más empleados y que de cierta manera comienzan a estar trillados en tu sector.

Esta auditoría en copywriting se trabaja desde el principio. Yo la utilizo con todos mis clientes. Lo hago para conseguir más información sobre su audiencia y el lenguaje que emplean, no para copiar.

Se trata de una auditoría que realizo centrándome en máximo tres marcas que considero como competencia.

1# Escribe el nombre con el enlace de las páginas que consideras que son las mejores dentro de tu sector. (Escoge máximo tres)

Si no sabes dónde encontrar tu competencia realiza búsquedas:

- Vía google: Descubre quiénes son los primeros que aparecen, qué competidor es reconocido en tu área.
- Vía redes sociales: Realiza búsquedas por palabras claves de tu sector.

2# Describe: ¿cuál es tu primera impresión al abrir estas páginas? Cuenta tus sensaciones.

3# De estas páginas que has mencionado, ¿cuál crees que a tus ojos es la que mejor impresión genera? ¿Por qué? Anota de forma específica lo que te viene a la mente al revisar de arriba abajo esta página.

4# ¿Qué contenido te gusta y qué tipo de contenidos crees que les falta?

5# ¿Qué elementos visuales a nivel de diseño ves que tienen y crees que deberías también implementar en tu página?

6# Describe cómo trabajan el marketing de contenidos y sus redes sociales.

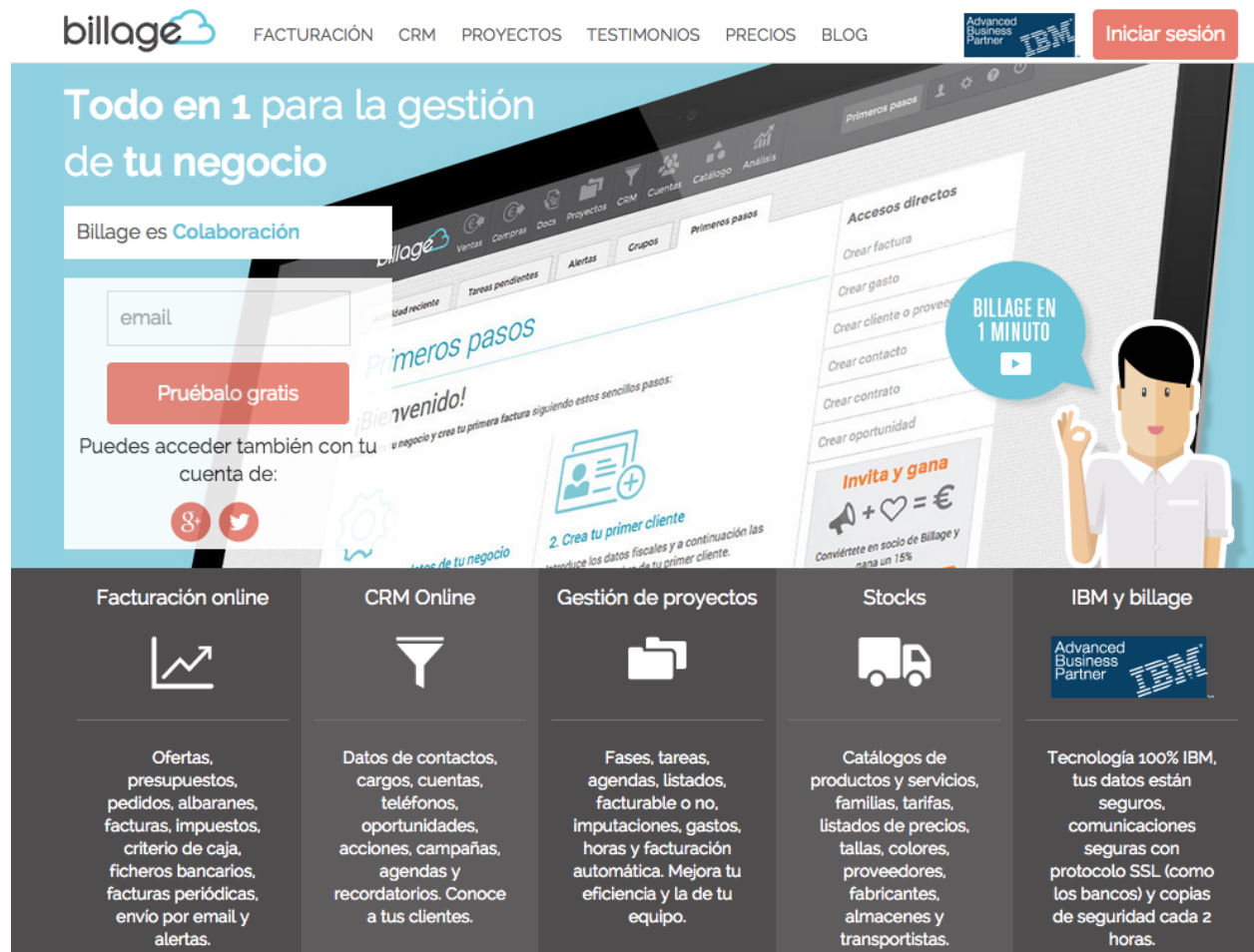
7# ¿Reconoces alguna de las tácticas de marketing que ya están empleando?

8# ¿Qué tipo de menú utilizan en la cabecera?

Recuerda...

Crea una carpeta a la que puedes llamar "Scrapbook Competencia" con las capturas de pantalla de las páginas de tu competencia. (No más de tres marcas)

Un ejemplo con el que voy a ir respondiendo a las preguntas que te he planteado más arriba.



1 - ¿Cuál es tu primera impresión? Mi primera impresión es acogedora. Veo una web visual y moderna. En los primeros 3 segundos entiendo perfectamente de qué va esta página.

2 - ¿Por qué crees que te genera una buena impresión? Me genera una buena impresión porque veo que es una página moderna y muy limpia. Tiene al final de la página los logotipos de los medios en los que han aparecido (prueba social). Eso me da credibilidad. Esta marca veo que tiene reputación.

3 - ¿Qué es lo que más te gusta? ¿Y lo que menos? Me gusta la información que veo sobre las especificaciones de la herramienta, creo que es clara. Sin embargo, creo que le falta hablar de beneficios. ¿Realmente a mí por qué me interesaría tener un CRM online? En la página principal no

queda muy claro para qué tipo de persona es esta herramienta y eso me hace dudar en si dejar o no mi correo para pedir la demo gratis.

15 minutos más tarde, tras revisar la página entera, me doy cuenta de que tienen un vídeo donde sí hablan de los beneficios y del tipo de persona al que se dirige esta página.

4 - ¿Qué elementos visuales ves en la página? Veo unas llamadas a la acción que resaltan con un color que destaca frente al resto. Me gusta el uso del ipad para ver una vista previa de cómo es la herramienta por dentro.

5 - ¿Cómo es su blog? ¿Y sus redes sociales? Trabajan el marketing de contenidos casi a diario y sus contenidos son de alto valor. Tratan temas muy diferentes entre sí, desde startups, hasta estrategia, pasando por productividad o temas fiscales. En redes sociales también publican con frecuencia aunque no tienen mucha interacción con su audiencia. Creo que en general les falta humanizar todavía más su marca.

6 - ¿Reconoces algunas de las estrategias de marketing que trabajan? Por lo que veo están trabajando la captura de leads para aumentar su lista de email marketing.

Ahora es tu turno, descubre lo que hace tu competencia para entender mejor a tu audiencia.

Inspiración

Nombra tres marcas que te gustan por su diseño, contenido o por lo que te transmiten cada vez que las visitas. Piensa en estas marcas y escribe tres razones por las que te encantan.