

OLEOSHOP

CÓMO PLANIFICAR UN BLOG

LLEVA TU BLOG AL DÍA Y PUBLICA CUANDO TE PROPONGAS



Lleva tu blog al día y publica cuando te propongas

Si ya tienes tu blog en marcha, planificar la publicación de tus contenidos es clave. Aprender a planificar un blog y a respetar tus fechas de publicación es posible. Este eBook incluye una plantilla descargable para hacer un calendario editorial a medida.

Con este eBook aprenderás:

- A definir un calendario editorial
- A ordenar los contenidos de tu blog
- A ejecutar un calendario editorial con nuestra plantilla descargable
- A ajustar tu planificación de contenidos en base al análisis de resultados

A veces pensamos que hacer un blog consiste simplemente en instalar y configurar una herramienta para blogs y luego ponerse a escribir. Pero una buena planificación es tan importante como un diseño bonito, unos contenidos interesantes o unas buenas habilidades de redacción.

Para que tu blog atraiga tráfico y gane posiciones en buscadores, tienes que ser constante en la publicación de contenidos. Antes de empezar a escribir, debes definir tu frecuencia de publicación y respetarla. Y para ello es imprescindible que aprendas a planificar tu blog.

¿Vas siempre a salto de mata publicando contenidos? ¿Se te retrasa la publicación de tus post un día o dos? ¿Te pones a escribir sin saber de qué o sin tener un calendario marcado?

Si te reconoces en estas situaciones, este eBook es para ti. Aquí encontrarás todos los secretos para planificar tu blog. ¡Y verás que no son tantos!

#1 – Define tu calendario editorial

Para definir tu calendario editorial necesitarás responderte a 5 preguntas:

- Cuáles son los objetivos editoriales de tu blog
- Cuáles son los temas de tu blog
- Cuáles son las categorías de tu blog
- Cuáles son los títulos y resúmenes de tus posts
- Cuáles son las fechas de publicación

¿Cuáles son los objetivos editoriales de tu blog?

Definir el objetivo editorial de un blog implica principalmente definir la temática general que tu blog va a tener. Pero también implica definir cuál va a ser tu posicionamiento con respecto a ese tema. No es lo mismo tener un blog de moda que tener un blog que parodia la moda o tener un blog con una concepción marciana de la moda.

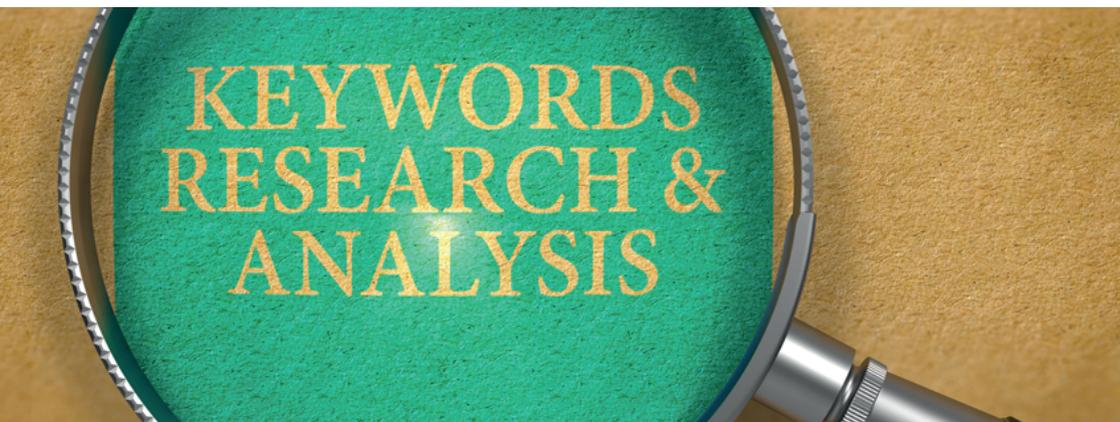
EJEMPLO: A menudo, definir un blog por el tema genérico del que trata no es suficiente. Buena muestra de ello son las diferencias que se pueden percibir entre los blogs de Gala González (AmLul) y de Leandra Medine (Man Repeller). La primera ofrece una imagen de chica guapa de clase alta con buen gusto. La segunda, una imagen de chica del montón con una concepción de la moda diferente, como algo divertido y loco. El tema del blog es el mismo (la moda), pero lo que marca la diferencia es el posicionamiento de cada una de ellas con respecto al tema.

Además de la temática y tu posicionamiento con respecto a ella, también tienes que definir:

- A qué **segmento** te diriges (y a veces, a qué segmento no te diriges)
- Cuál es el **ciclo de compra** de tus usuarios (en el caso de blogs de marca)
- Cuáles son las **palabras clave** más buscadas por tus usuarios, algo que podrás definir realizando un [keyword research](#)

En resumen, definir los objetivos editoriales de tu blog **implica definir**:

- Tu tema general
- Tu posicionamiento sobre ese tema
- Tu público objetivo
- Cómo se relaciona tu público con tu marca y cuál es el camino que les lleva a comprar (Customer Journey)
- Qué temas interesan más a tu público objetivo



¿Cuáles son los temas de tu blog?

Para definir los temas concretos de tu blog es clave el keyword research.

El keyword research es una **investigación de palabras clave** que nos indica qué términos de búsqueda tienen más volumen de búsquedas al mes, especialmente en Google.

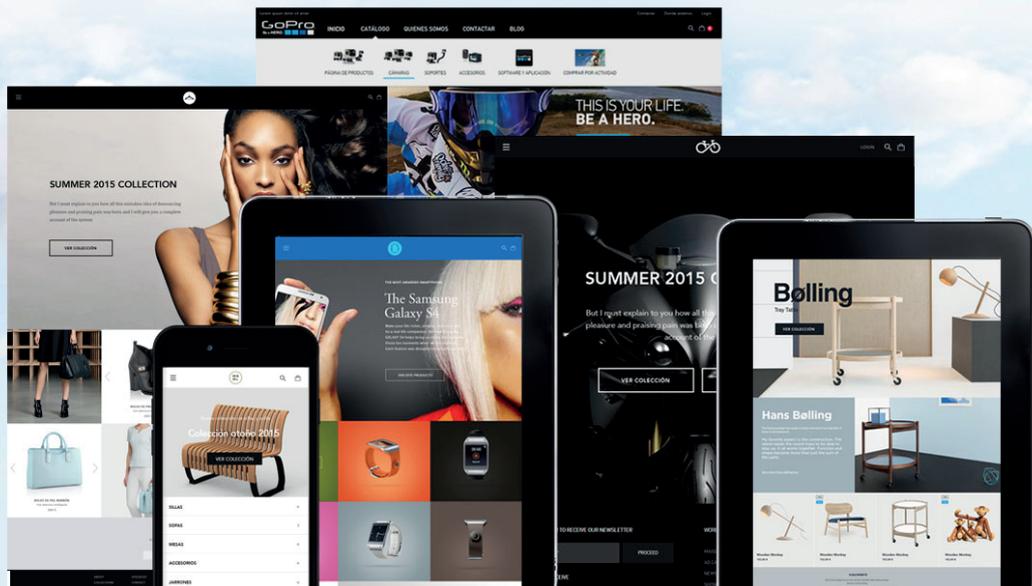
La idea detrás de esta investigación es definir:

- Qué palabras clave **nos interesa más trabajar** desde el blog
- Qué palabras clave tienen **mayor potencial long tail**

Crea tu tienda online ahora

Todo lo que necesitas para vender en internet

COMENZAR LA PRUEBA GRATIS



"La plataforma es muy fácil de usar, incluso para alguien que no domine el tema."

Belén de www.aixo.es

"Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad y la facilidad de gestión y el resultado ha sido superior a las expectativas"

Toni Aragón de www.aragaza.com



tu plataforma ecommerce

¿Qué significa determinar **qué palabras clave nos interesa más trabajar** desde el blog?

Significa que el volumen de búsquedas no es el único criterio en el que debemos fijarnos a la hora de priorizar nuestras palabras clave. Más importante que eso es **la relación entre volumen de búsquedas y competencia**.

Puede haber términos con un **volumen de búsquedas** muy alto, pero también con una competencia atroz. Es decir, que puede haber muchos blogs y tiendas online que, como nosotros, están intentando posicionar sus contenidos en base a este término de búsqueda.

Eso significa que **nos va a costar un montón posicionar bien** según esas palabras clave.

Por este motivo, debemos priorizar siempre los términos que tienen un volumen de búsquedas interesantes y a la vez una competencia no muy elevada. Empezando desde cero con nuestro blog, estos son los términos de búsqueda por los que podemos empezar a posicionar bien más fácilmente.



LONG TAIL

Por otro lado, están los términos de búsqueda con **potencial long tail**.

El concepto long tail aplicado al SEO se refiere a palabras clave con un volumen de búsquedas mensual bajo, pero con un **gran potencial de conversión**.

Son esos términos que quizá no se buscan mucho, pero la gran mayoría de gente que los busca **lo hace con la idea de comprar**. Es decir, son términos de búsqueda con un **ratio de conversión mucho más elevado** que otros keywords con un volumen de búsquedas mayor.

Aunque de entrada pueden parecer palabras clave poco interesantes por su bajo volumen de búsquedas, lo cierto es que tienen **mayores probabilidades de generar una venta** y por lo tanto nos interesa trabajar por posicionar nuestro blog según esos términos.



Una vez realizado el keyword research y priorizadas las palabras clave más interesantes, será el momento de **definir los temas**. Aquí te recomendamos que hagas un *brainstorming* de ideas teniendo los keywords en mente.

Tras realizar el brainstorming, probablemente tengas una **buena lista de ideas** para escribir post, algo parecido a esto:

- Tendencias de moda por temporada
- Tutoriales para hacer prendas y complementos handmade
- Cómo combinar los colores de varias prendas
- Cómo combinar abrigos anchos (u otras prendas que estén de moda esa temporada)
- Los colores que mejor sientan a las chicas con X color de ojos
- Los colores que mejor sientan a las chicas con X color de pelo
- Cortes de pelo que más favorecen según la forma de la cara
- Cómo combinar prendas con bisutería
- Tres maneras de vestirse con una camisa de seda
- Looks completos por marcas

¿Cuáles son las categorías de tu blog?

Es fenomenal que tengas muchísimas ideas para tus post. Pero algo que también te va ayudar mucho a que se te ocurran nuevas ideas es pensar **cómo vas a ordenar todos esos contenidos** en tu blog. Es decir, cuáles van a ser las **categorías de tu blog**.

Las categorías de un blog no son sólo la manera de organizar el contenido. Son también una **importante herramienta de SEO** que te permitirá jerarquizar los contenidos por temas para que Google los indexe mejor y los usuarios los encuentren más fácilmente.

Esto quiere decir que tus categorías tienen que ser **tanto amigables con el usuario como amigables con Google**. Tienes que dar con categorías SEO-friendly que se correspondan con el tema de tu blog y que tus usuarios reconozcan y entiendan a la primera.

Lo más sencillo es que, de entrada, te fijas un poco en cómo lo han hecho otros blogs parecidos al tuyo, especialmente si sabes que son blogs de éxito. ¿Qué categorías han usado ellos? ¿Cómo están organizando los contenidos? ¿Tienen muchas categorías o pocas? ¿Qué nombres les han dado?

Seguidamente debes comprobar **el volumen de búsquedas de cada uno de esos términos y de sus sinónimos**. Para hacerlo, puedes utilizar la versión gratuita de herramientas estupendas como [SEMRush](#) o [Ahrefs](#), que te permitirán realizar un número limitado de queries al día, pero suficiente para determinar **qué nombre de categoría te puede ayudar más** a atraer tráfico y a posicionarte.

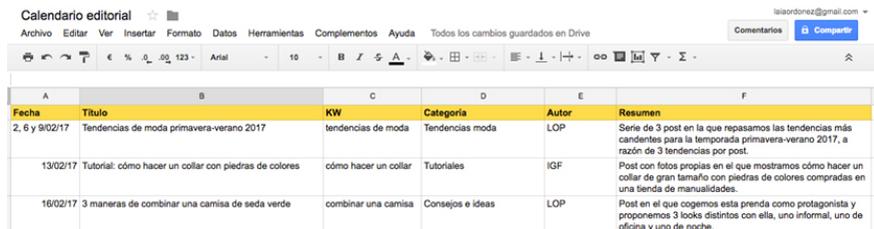
Cuando tengas claro todo esto, es posible que te des cuenta de que en tu brainstorming te has olvidado de **sacar ideas relacionadas con alguna categoría** que en tu tipología de blog es frecuente incluir. En este sentido, categorizar tu blog antes de concretar los post te puede ayudar a visualizar en un mapa completo de todos los tipos de contenidos que te conviene tratar.

¿Cuál es el título o resumen de tus post?

A partir del listado aproximado de ideas para post, tienes que definir el título de cada post, dejando claro su objetivo. Este sería el momento de convertir la lista de arriba en algo parecido a esto:

- **Tendencias de moda para primavera-verano 2017:** serie de 3 post en la que repasamos las tendencias más candentes para la temporada primavera-verano 2017, a razón de 3 tendencias por post.
- **Tutorial: cómo hacer un collar con piedras de colores:** post con fotos propias en el que mostramos cómo hacer un collar de gran tamaño con piedras de colores compradas en una tienda de manualidades.
- **3 maneras de combinar una camisa de seda verde:** post en el que cogemos esta prenda como protagonista y proponemos 3 looks distintos con ella, uno informal, uno de oficina y uno de noche.

Y a continuación sería el momento de introducir esta lista en un **documento que te permitiera organizar los temas**, como por ejemplo éste:



Fecha	Título	KW	Categoría	Autor	Resumen
2, 6 y 9/02/17	Tendencias de moda primavera-verano 2017	tendencias de moda	Tendencias moda	LOP	Serie de 3 post en la que repasamos las tendencias más candentes para la temporada primavera-verano 2017, a razón de 3 tendencias por post.
13/02/17	Tutorial: cómo hacer un collar con piedras de colores	cómo hacer un collar	Tutoriales	IGF	Post con fotos propias en el que mostramos cómo hacer un collar de gran tamaño con piedras de colores compradas en una tienda de manualidades.
18/02/17	3 maneras de combinar una camisa de seda verde	combinar una camisa	Consejos e ideas	LOP	Post en el que cogemos esta prenda como protagonista y proponemos 3 looks distintos con ella, uno informal, uno de oficina y uno de noche.

Oleoshop Radio,

el nuevo canal de podcast **#ecommerce**

Descubre Oleoshop RADIO, un nuevo canal dedicado al ecommerce y al marketing online con artículos, casos de éxito, entrevistas, consejos y trucos para que puedas aprender y aplicarlos en tu tienda online.

Estaremos contigo cada semana en Itunes, Soundcloud y Ivox.

Y si quieres mucho más, tienes cientos de artículos, guías y ebooks totalmente GRATIS en nuestra página web: www.oleoshop.com



OLEOSHOP
RADIO



tu plataforma ecommerce

¿Cuáles son tus fechas de publicación?

El último punto consiste en definir tus fechas de publicación.

Eso no implica sólo decidir publicar, por ejemplo, los lunes y los jueves (que también). Consiste sobre todo en hacer un calendario a largo plazo que te permita **detectar posibles oportunidades y fechas clave** que pueden influir en la creatividad de tu contenido.

Hacerte un calendario anual te permitirá ver que en enero tienes las rebajas, en febrero San Valentín, en marzo el Día del Padre y en mayo el Día de la Madre, además de todos los Días Internacionales que te puedan interesar.

Todo eso son **oportunidades para redactar un contenido 100% adaptado** a la fecha en cuestión, con **más potencial de alcance** gracias al uso de hashtags en todas las redes sociales.

#2 – Haz tu calendario editorial

Ahora ya sabes **de qué** vas a escribir y **qué enfoque** vas a tener. Tienes claro tus post y sabes cuándo vas a publicarlos. Es momento de poner todos esos datos en un **calendario editorial** que tengas siempre a mano.

[Descarga la plantilla](#)

Descárgate esta plantilla y rellénala siguiendo el ejemplo con tus propios contenidos. ¡Verás qué buen resultado!

#3 – Ajusta tu calendario según resultados

Un blog es **algo flexible**.

Es imprescindible que tengas una planificación a medio-largo plazo a la hora de empezar a escribir. Pero tienes que ser consciente de que **esa planificación no es algo rígido**. No es algo que debas cumplir a toda costa.

Más importante que ello es que **analices los resultados** que vas teniendo cada mes y **ajustes tus contenidos** en función a lo que te dicen esos datos.

En este sentido, es importante que desde el minuto cero **instales Google Analytics** en tu blog. Y que tengas muy claro cuáles son tus post más visitados, los que generan más comentarios, los que se comparten más en redes sociales, etc. Todo ello te dará una idea del **tipo de post que tus usuarios están buscando** en cada momento y te permitirá adaptar tu calendario de contenidos a lo que la gente quiere y no a la inversa.

Lo recomendable es que durante los 2-3 primeros meses publiques contenidos con **formatos y temas muy variados** y analices los resultados obtenidos con cada uno de ellos en comparación con los demás.

Es posible que tras este tiempo **te lleves una sorpresa** y descubras que, por ejemplo, las series de 3 post tienen muchísimo éxito. O por el contrario que lo que tiene muchísimo éxito son los tutoriales DIY o los post de tendencias.

Conocer este dato te permitirá saber que **tienes que incluir más contenidos de este tipo** en tu planificación, y por tanto modificar un poco la planificación que tenías inicialmente planteada.

Además de ello, también tienes que conocer cuáles son las preferencias de tus usuarios en cada momento del año. ¿Qué tipo de contenido le interesa más a tu público durante el mes de septiembre? ¿Y en Navidad? ¿Y en verano?

CONSEJO: Para saberlo puedes utilizar herramientas como [BuzzSumo](#). BuzzSumo permite conocer cuáles son los **topics más populares** sobre cualquier tema: decoración, moda, bricolaje, maquinaria industrial... lo que se te ocurra.

En los resultados, te mostrará **los títulos** de los post más populares –a partir de los cuales podrás deducir la temática – y el **volumen de shares** que han tenido en redes sociales. También podrás conocer el volumen de **backlinks** de cada post, un indicador clave de autoridad del contenido.

Conocer estos datos te va a permitir **inspirarte con nuevos contenidos y ajustar los que ya tienes**, así que es algo imprescindible a la hora de planificar tu blog.

Y con esto ya tienes todas las herramientas necesarias para organizarte y **empezar tu blog con el mejor pie posible**. Si sigues estos pasos, no tardarás mucho en ver los resultados.