

Cómo escribir

para

SEDUCIR

a tu audiencia y a Google

Esmeralda Díaz-Aroca 





Soy **Doctor en Ciencias (PhD)** desde 1987 por la Universidad Autónoma de Madrid y **Master en Dirección Comercial y Marketing** por el Instituto de Empresa.

He trabajado desde 1989 en el sector privado, ocupando puestos de **Directora de Marketing y Comunicación** en diversas compañías nacionales y multinacionales del **sector asegurador**

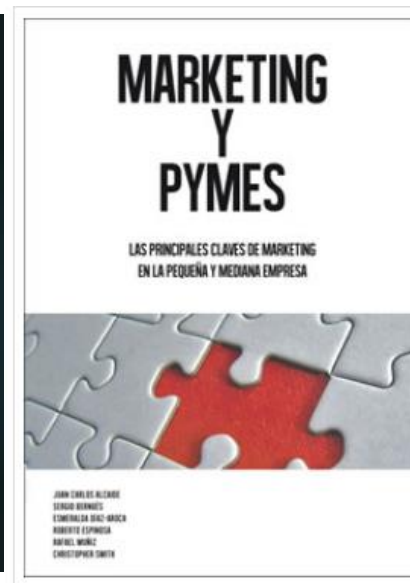
He combinado a lo largo de toda esta trayectoria profesional mi conocimiento y experiencia empresarial por cuenta ajena y propia, con la faceta de **profesora de postgrado y grado**, así como de **conferenciante**.

Desde hace más de 10 años he trabajado como profesora asociada en diversas universidades, escuelas de negocio, instituciones como el **Instituto de Empresa, La Salle Business School, CUNEF, Universidad Iberoamericana del caribe (UNIBE), Universidad de Granada, Universidad San Jorge, Nebrija Business School y Cesma**, entre otras.

Estas son mis medios digitales



Autora de 9 libros. Los 4 últimos “Marketing y Pymes”, “Twitter para abogados”, “Cómo tener un perfil 10 en LinkedIn” y “Social Selling, la nueva herramienta de ventas”



Empresas e Instituciones que han confiado en nosotros



Los blogs, como parte principal del social media

Este término inglés **blog o weblog** proviene de las palabras *web* y *log* ('log' en inglés = *diario*).

Un **blog**, o en español también una *bitácora*, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente **textos o artículos** de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

El nombre **bitácora** está basado en los cuadernos de bitácora, cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje y que se guardaban en la bitácora.



Las plataformas de blogs

● Wordpress.com
Término de búsqueda

● Blogger.com
Término de búsqueda

● wordpress.org
Término de búsqueda

● tumblr.com
Término de búsqueda

● medium.com
Término de búsqueda

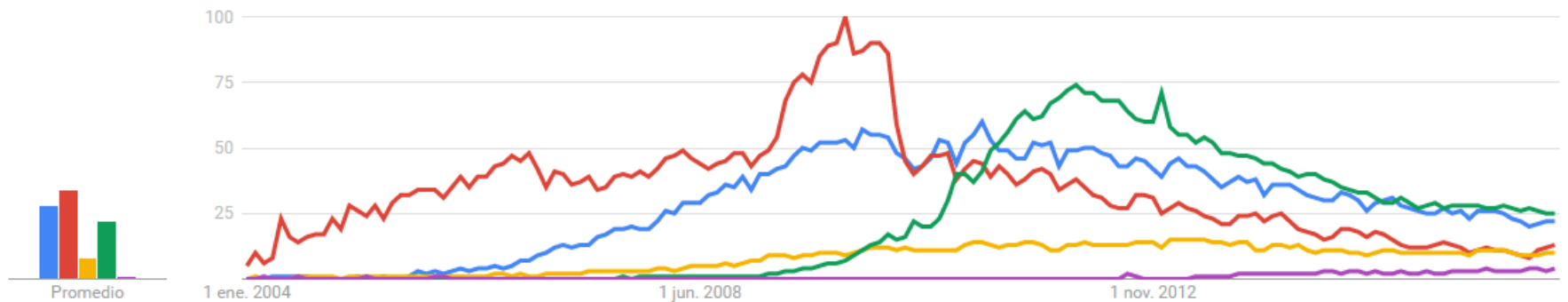
Todo el mundo ▼

2004 - hoy ▼

Todas las categorías ▼

Búsqueda web ▼

Interés a lo largo del tiempo ?



Promedio

El momento de la verdad: ¿Dónde?



VS



Blogger: libertad en diseño y añadidos

La plataforma Blogger fue creada por PyraLabs en 1999 y adquirida por Google en 2003, lo que ha supuesto una gran cantidad de mejoras desde entonces. En él, el usuario puede personalizar completamente la apariencia de su blog gracias al creador de plantillas ([WYSIWYG](#)), **sin necesidad de conocimientos de programación web**. Además, al pertenecer a Google, permite añadir con facilidad una infinita cantidad de *widgets*, que en Blogger se llaman *gadgets*, en las barras laterales del *blog*.

Puntos fuertes de Blogger:

- La versatilidad de su diseño y sus posibilidades de personalización.
- La cantidad de *gadgets* que se pueden añadir, incluyendo Javascript.
- Facilidad para [monetizar el blog](#): dentro del interfaz de usuario hay una opción que permite añadir directamente [AdSense](#).

Puntos débiles de Blogger:

- Organización de *post*: al contrario que Wordpress, no cuenta con categorías, por lo que la organización de *posts* es cronológica o mediante etiquetas.
- Poco fomento de la interacción entre *bloggers* que utilizan esta plataforma.
- Interfaz de usuario menos intuitiva en relación con Wordpress.com.
- Ya que ambas plataformas son gratuitas, lo mejor que puede hacer un *blogger* principiante para decidirse es probar ambas. Si lo que se busca es el contacto con otros blogueros, la mejor opción es Wordpress, pero si se prefiere monetizar el blog, la mejor opción será Blogger. El resto, es cuestión de gustos.

Wordpress.com: un sistema intuitivo y ordenado

La plataforma Wordpress ofrece a los *bloggers* principiantes un sistema de *blogging* que es fácilmente comprensible. Eligiendo una plantilla predeterminada (tema), tras el registro y la creación de un *blog*, el usuario podrá personalizar la barra lateral de esta, añadiendo *widgets* como "últimos comentarios", "número de visitas", "[feeds RSS](#)" ... que ofrece el mismo Wordpress. En la actualidad, permite modificar el código CSS de la plantilla elegida, lo cual ofrece un mayor grado de personalización, siempre que se tengan conocimientos de programación web.

Los puntos fuertes de Wordpress.com son:

- Organización de los *posts* mediante categorías, lo cual permite estructurar mejor el *blog*.
- Facilidad para interactuar con otros blogueros, gracias a las secciones como la página principal, búsqueda de artículos...
- Constante mejora de los servicios: añadir metaetiquetas, vincular con Facebook o Twitter, petición de opiniones antes de publicar...
- Facilidad para encontrar artículos de otros que puedan ser de interés.

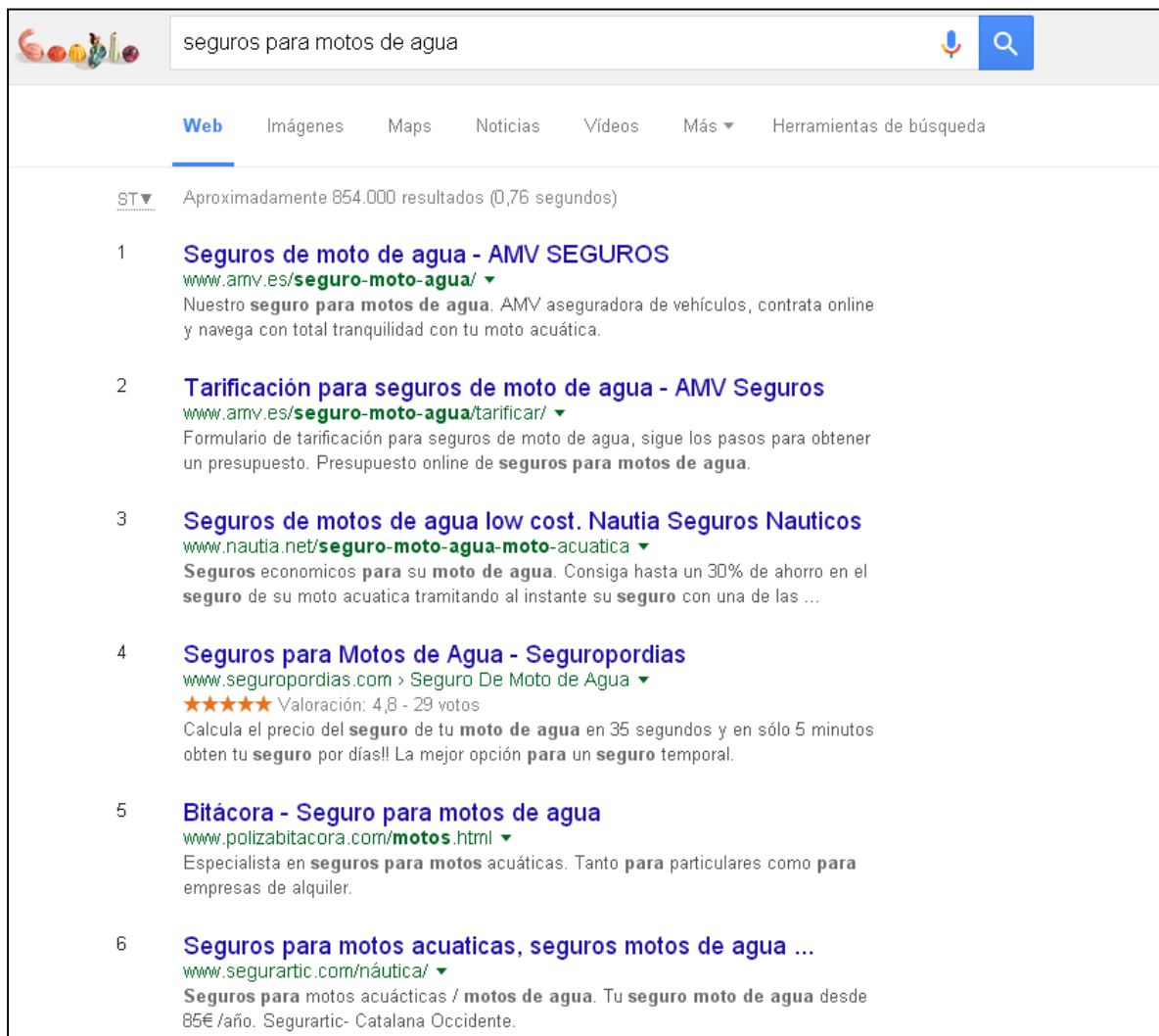
Los puntos débiles de Wordpress.com son:

- Poca cantidad de accesorios (*widgets*) comparado con Blogger.
- No permite Javascript, lo cual impide que se añadan ciertos *widgets* como el Likebox de Facebook o Google AdSense.
- El grado de personalización es menor que en Blogger.

¿Que es el SERP?

SERP

SERP es el acrónimo de **Search Engine Result Page**, es decir: Página de Resultados de un Motor de Búsqueda y, en el caso de España, con un cuota de mercado cercana al 98-99% tenemos a Google, así que cuando hablamos del SERP nos estamos refiriendo casi con total seguridad a la página de resultados de Google.



seguros para motos de agua

Web Imágenes Maps Noticias Vídeos Más Herramientas de búsqueda

ST Aproximadamente 854.000 resultados (0,76 segundos)

- Seguros de moto de agua - AMV SEGUROS**
www.amv.es/seguro-moto-agua/
 Nuestro **seguro para motos de agua**. AMV aseguradora de vehículos, contrata online y navega con total tranquilidad con tu moto acuática.
- Tarificación para seguros de moto de agua - AMV Seguros**
www.amv.es/seguro-moto-agua/tarificar/
 Formulario de tarificación para seguros de moto de agua, sigue los pasos para obtener un presupuesto. Presupuesto online de **seguros para motos de agua**.
- Seguros de motos de agua low cost. Nautia Seguros Nauticos**
www.nautia.net/seguro-moto-agua-moto-acuatica
Seguros economicos para su moto de agua. Consiga hasta un 30% de ahorro en el **seguro** de su moto acuatica tramitando al instante su **seguro** con una de las ...
- Seguros para Motos de Agua - Seguropordias**
www.seguropordias.com > Seguro De Moto de Agua
 ★★★★★ Valoración: 4,8 - 29 votos
 Calcula el precio del **seguro** de tu **moto de agua** en 35 segundos y en sólo 5 minutos obtén tu **seguro** por días!! La mejor opción **para un seguro** temporal.
- Bitácora - Seguro para motos de agua**
www.polizabitacora.com/motos.html
 Especialista en **seguros para motos** acuáticas. Tanto **para** particulares como **para** empresas de alquiler.
- Seguros para motos acuaticas, seguros motos de agua ...**
www.segurartic.com/nautica/
Seguros para motos acuáticas / motos de agua. Tu **seguro moto de agua** desde 85€/año. Segurartic- Catalana Occidente.

Anatomía de un SERP: la importancia de que se repita la **palabra clave**

TITULO: no mas de 70 caracteres (60 en dispositivos móviles)

CASER SEGUROS | Seguros de tu confianza

www.caser.es/ ▼

URL

En **Caser Seguros** calcula el mejor precio Online. **Seguros** de Coche, **seguros** de moto, **seguros** de hogar, **seguros** de salud, vida, planes de pensiones.

DESCRIPCION: no mas de 156 caracteres

Estructura de un blog

Páginas /
secciones
del blog

Cabecera
del blog

Botones para
compartir

Zona de
posts

Zona lateral
de Info
variada

El Blog de
Esmeralda Díaz-Aroca
BRANDING, REDES SOCIALES & INNOVACION

social selling

Social Selling Personal Branding Marketing de contenidos Branding Neuromarketing Códigos QR Realidad aumentada
Innovación Aplicaciones

VIENES, 3 DE ENERO DE 2016

3 3 48 18 0

Compartir G+1+ Twitter LinkedIn StumbleUpon Me gusta Digg

Los 7 post sobre SOCIAL SELLING que no te puedes perder

He querido iniciar 2016 con una recopilación de los 7 post sobre SOCIAL SELLING que he publicado tanto en este blog, mi blog sobre social selling ó el blog que tengo en LinkedIn.

Llevar a cabo una estrategia y plan de Social Selling no es ninguna quimera ni moda pasajera. Eso sí nada "cae" del cielo por el mero hecho de tener presencia en las redes sociales, tanto los profesionales como las empresas. Hay que trabajar, como todo en la vida.

Es como te planteas conseguir nuevos clientes, proyectos, etc y te quedas en una mera declaración de intenciones, como si sales a vender y te quedas en la sala de espera, sin hacer absolutamente nada, ó si tratas de concertarte una reunión y cuando llamas te quedas en silencio.

En los siguientes post podréis conocer un poco mejor cada intriguilla del SOCIAL SELLING tanto en la vertiente personal/profesional, como empresarial.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

PUBLICAR EVENTOS

ENCONTRAR CLIENTES

NETWORKING

BRANDING

Social Selling
Creating & Training your Conversation

1.-Infografía sobre los 12 pasos necesarios para tener un perfil de LinkedIn perfecto para SOCIAL SELLING

LinkedIn es sin duda una de las mejores plataformas para potenciar la marca personal-profesional y para llevar a cabo tu plan de Social Selling.

VISITA MI WEB SOBRE SOCIAL SELLING

Social Selling
Creating & Training your Conversation

DESCARGATE LA GUIA DEL SOCIAL SELLING

LIBRO DELIVRE

Social Selling

Fin
"puerta fría"

Haz click sobre la foto y descárgatela

DESCARGATE GRATIS ESTE EBOOK

LIBRO DELIVRE

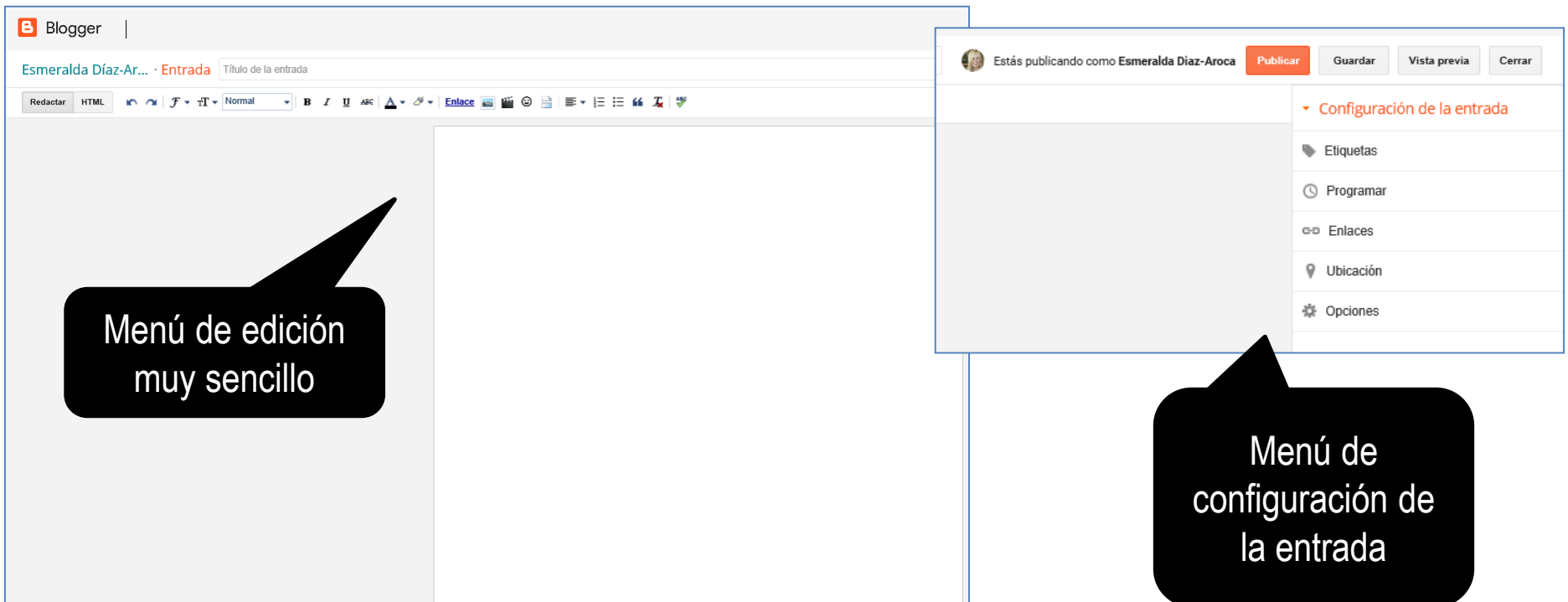
Sobre el libro

LIBRO DELIVRE

Como crear un Perfil 10 en LinkedIn

LinkedIn

Escribiendo un post



The image shows a screenshot of the Blogger 'Compose' interface. The main editing area is on the left, and the configuration sidebar is on the right. Two callout boxes highlight specific features:

- Menú de edición muy sencillo**: A callout box pointing to the rich text editor toolbar on the left side of the interface.
- Menú de configuración de la entrada**: A callout box pointing to the configuration sidebar on the right, which includes options like 'Etiquetas', 'Programar', 'Enlaces', 'Ubicación', and 'Opciones'.



Herramientas para crear contenidos

CONTENIDO



CREANDO contenido

Crear contenido propio, utilizando herramientas de creación de contenidos como **blogs, Visua.ly, Animoto, Powtoon, Slideshare..etc.**

GENERANDO contenido mediante “curación”



Algunas herramientas para crear contenidos

Archivos de audio

<http://www.goeear.com/>

<http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>

<http://www.earthmusicnetwork.com/portal/>

[DiviCast](#)

Presentaciones en línea

www.slideshare.com

Videos

<http://www.youtube.com>

<http://www.blip.tv/>

Insertar videos desde el disco duro del ordenador del autor

Imágenes

Insertar imágenes desde el disco duro del ordenador del autor

<http://www.flickr.com/groups/flickrkrenespaol/>

3 personas han recortado esta diapositiva

[Recortar diapositiva](#)



10 *Free* AWESOME INFOGRAPHICS tools

1 de 52

[Editar](#) [Ajustes de privacidad](#) [Análisis de datos GRATIS](#)

10 Awesome Infographics Tools by Esmeralda Diaz-Aroca

9.397 visualizaciones 

<https://es.slideshare.net/Joni aConsulting/10-awesome-infographics-tools-by-esmeralda-diaz-aroca>

Make a gif

Make a gif es un **servicio online** donde crear gifs animados a partir de distintas fuentes de imagen: fotografías, un video, un video de Youtube o un video de tu webcam. También puedes subir a esta página los gifs que has creado manualmente desde tu ordenador para crear tu propia librería de gifs.



Y una más que no puede faltar!!! Giphy!



Todos conocemos **Giphy!** Es una de las opciones más atractivas a la hora de buscar un Gif Animado. Tienen un sin fin de imágenes de descarga que fácilmente podemos utilizar y están siempre con las últimas tendencias. Además de todo esto nos encanta porque ahora podemos crear nuestras imágenes animadas dentro de la plataforma.

14 pasos para enamorar a Google SEO Copywriting



1

**La importancia de que tu
título capte la atención**

Trucos para títulos atractivos

Titulares “Cómo...”

- Cómo conseguir un buen trabajo y ganar más dinero
- Cómo tener una hipoteca que ahorre dinero
- Cómo he mejorado mi blog en una tarde
- Cómo estudiar Social Media me hizo encontrar trabajo
- Cómo encontrar las mejores ofertas en la web

Titulares con interrogación

- ¿Reconoces las 7 mejores herramientas de marketing?
- ¿Sabes cuál es la peor página web del mundo?
- ¿Quién más quiere aprender a cocinar rápido?
- ¿Por qué tus textos no enganchan?
- ¿Tú también cometes estos 6 errores?
- ¿Estás valorando lo que gastas en Facebook Ads?
- ¿Quién más quiere ser rico?

Trucos para títulos atractivos

Titulares de listas

- 10 cuentas de Google+ que tienes que seguir
- 30 cuentas de Twitter que seguir si quieres saber de fotografía
- Las 50 FAQs de marketing resueltas en este post
- Las 30 pifias de 30 community managers
- Este ebook gratis te cuenta los 12 secretos del SEO

Titulares de problema-solución

- El método que está ayudando a los desempleados a buscar trabajo
- Pequeños y conocidos caminos para tener éxito profesional
- Olvídate de planchar tu ropa de una vez por todas
- Aquí una opción fácil para desenrollar los cables.
- Ahora puedes dejar de trabajar y ganar más dinero
- Habla español como un español
- Mira con qué facilidad puedes hacerte una bufanda

Trucos para títulos atractivos

Titulares de intriga

- El secreto del buen Community Manager
- Lo que todo el mundo desea saber sobre el Universo
- Dame tres minutos y te haré la mejor blogger
- Si no haces esto en tu web ya te arrepentirás después
- La fórmula secreta para llegar a lo más alto
- El secreto para conseguir el mejor precio en electrodomésticos
- Todo lo que necesitas saber para conseguir (algo) más barato

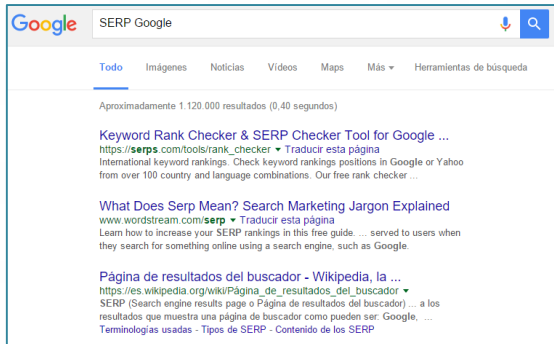
Titulares temporales

- Solo hoy puedes descargar este libro gratis
- Los mejores cursos online por menos de 10 euros (solo esta semana)
- Solo quedan 5 plazas para apuntarte a este curso
- Última tendencia: claves para las redes sociales

Trucos para títulos atractivos

Titulares extras

- Si eres constante puedes conseguir más visitas
- A mi esto me huele raro, ¿qué opinas tú?
- Encuentra aquí tu plantilla perfecta para WordPress
- La historia de Internet
- Internet antes y ahora: ventajas y desventajas
- Las reglas modernas del email marketing
- Contéstame a esta pregunta: ¿eres un luchador?
- Caso de éxito: el despegue imparable de Rubén Sánchez
- 91 grandes titulares para captar la atención y atraer tráfico



2

Escribe pensando el SERP

Google marketing de guerrilla

Todo Imágenes Vídeos Libros Noticias Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 863.000 resultados (0,50 segundos)

marketing de guerrilla

Definiciones en la Web

El Marketing de Guerrilla es un conjunto de estrategias y técnicas de marketing, ejecutadas por medios no convencionales, y que consiguen su objetivo mediante el ingenio y la creatividad, en vez de mediante una alta inversión en espacios publicitarios.

http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_de_guerrilla

Marketing de Guerrilla en la Web 2.0
www.marketingguerrilla.es/

Marketing Online, Blogging y Start-Ups. Blog con consejos guerrilla. Sobre mí - Suscríbete a mi blog - Cómo sacarle el máximo ...

Marketing de Guerrilla - Wikipedia
https://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_de_guerrilla

El Marketing de Guerrilla es un conjunto de estrategias y técnicas de marketing, ejecutadas por medios no convencionales, y que consiguen su objetivo ...

¿Qué es el marketing de guerrilla? - InboundCycle
www.inboundcycle.com/...marketing/que-es-el-marketing-de-guerrilla

6 feb. 2015 - En este artículo te explicamos todo lo que debes saber sobre el marketing de guerrilla. ¡No te lo pierdas!

100 campañas de marketing de guerrilla que te sorprenderán
www.marketingdirecto.com/.../100-campanas-de-marketing-de-guerrilla-...

7 abr. 2011 - El marketing de guerrilla se ha convertido en el gran aliado de las empresas con poco presupuesto para acciones publicitarias. En esta ...

KEYWORD 1= MARKETING

¿Qué es el marketing de guerrilla? - InboundCycle
www.inboundcycle.com/...marketing/que-es-el-marketing-de-guerrilla

KEYWORD 2= GUERRILLA

¿Qué es el marketing de guerrilla? - InboundCycle
www.inboundcycle.com/...marketing/que-es-el-marketing-de-guerrilla

Anatomía de un SERP

Titulo = no mas de
70 caracteres

URL = incluye
KEYWORD

¿Qué es el marketing de guerrilla? - InboundCycle

www.inboundcycle.com/...marketing/que-es-el-marketing-de-guerrilla ▼

6 feb. 2015 - En este artículo te explicamos todo lo que debes saber sobre el marketing de guerrilla. ¡No te lo pierdas!

Descripción = no
mas de 156
caracteres

Escribe el primer párrafo de tu post incluyendo tus palabras clave en un máximo de 156 caracteres

Lo segundo que indexa Google es la “Descripción” y la saca del primer párrafo de tu post

8 razones para usar CONTENIDO VISUAL en tu Personal ...

www.esmeraldadiazaroca.com/.../8-razones-contenido-visual-personal-br... ▼

20 jul. 2014 - El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de Personal Branding, pero además el contenido si es VISUAL mejor que mejor, ...



8 razones para usar **CONTENIDO VISUAL** en tu Personal Branding

El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de Personal Branding, pero además el contenido si es **VISUAL** mejor que mejor, puesto que **NEURO COMUNICA** y esto marca la diferencia entre que nuestros mensajes "lleguen o no lleguen" al cerebro decisor.

Todos aquellos mensajes que no esten diseñados para **NEURO COMUNICAR**, caerán en saco roto.

El contenido visual no sólo es más fácil y rápido de procesar por nuestro cerebro, si no que en consecuencia, genera más visitas, clics y conversiones.



Las redes sociales incorporan herramientas para subir contenido visual

Se está produciendo una transición en Social Media hacia el "**Social Media VISUAL**".

La atracción por el "contenido visual" online es cada vez mayor, por ejemplo:

8 razones para usar **CONTENIDO VISUAL** en tu Personal ...

www.esmeraldadiazaroca.com/.../8-razones-contenido-visual-personal-br...

20 jul. 2014 - El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de Personal Branding, pero además el contenido si es **VISUAL** mejor que mejor, ...

Incluye en la URL de tu post tus palabras clave: tienes hasta 39 caracteres!!

Google incorpora la URL en su indexación.

<http://www.esmeraldadiazaroca.com/2014/07/8-razones-contenido-visual-personal-branding.html>



URL = 45 ojo!!! Por eso "corta"

8 razones para usar **CONTENIDO VISUAL** en tu Personal ...

www.esmeraldadiazaroca.com/.../8-razones-contenido-visual-personal-br... ▼

20 jul. 2014 - El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de Personal Branding, pero además el contenido si es **VISUAL** mejor que mejor, ...

Utiliza el simulador de URL's

SEOMOFO
world's greatest seo

Google SERP Snippet Optimization Tool

- Predict how your web page will look in Google's search results
- Optimize your SERP snippets for higher click-through rates

What is this? - This tool simulates Google's search engine results pages (SERPs). Use the form below to enter the title, meta description, and URL of your web page, and this tool will generate a virtual search result listing based on your input. For more information, [click here](#).

Title 70

This is an Example of a Title Tag that is Seventy Characters in Length

Tip: the maximum number of characters in a Google SERP title is 70

Description 156

Here is an example of what a snippet looks like in Google's SERPs. The content that appears here is usually taken from the Meta Description tag if relevant.

Tip: the maximum number of characters in a Google SERP snippet is 156

URL

www.seomof.com/snippet-optimizer.html

Example: www.seomof.com/snippet-optimizer.html

Display Options

- Google SERP Simulator
- Add rich snippet text
- Show **Cached**
- Show **Similar**
- Add a date
- Bold** words

Notes

TIP:

If you select the **Add a date** checkbox, today's date will be filled in automatically.

If you plan on publishing your web page at a later date, you can still edit the date input field manually.

In most cases, the date Google shows in the SERP snippet will match the date it found in your



3

Ponle cariño

Usa negritas e itálicas

Como el ojo humano los spiders le dan mas peso a las palabras que están resaltadas en negrita, itálica, etc..

Numeración y Viñetas

Úsalas ya que dará un buen diseño a tu sitio y una manera mas fácil de entender la información ya que la separas en puntos.

O sea pones los puntos de tu información separadamente y con **link** que vayan a cada uno.

Herramientas de DIFUSIÓN automática

Estas son TRES de mis favoritas.

1. **Dlvr.it** -Usa el feed /RSS para publicar automáticamente blogs / artículos en tus medios sociales entre ellos LinkedIn, Facebook, Google Plus y Twitter. Una verdadera maravilla! Y no te costará ni un solo euro. Aquí puedes conocer más detalle: <http://www.alguada.com/dlvr-it/>
2. **IFTT**: Su nombre son las siglas de "if this then that", lo que viene a significar "si pasa esto, entonces se produce esto otro", pues ese es el sistema por el que se configuran las reglas para automatizar las Para usarlo, solo hay que registrarse en la web de [IFTTT.com](http://ifttt.com) e ingresar los datos de tus redes sociales. Funciona con Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn . Aquí tienes una guía de cómo funciona: <http://www.ticbeat.com/tecnologias/guia-ifttt-que-es-como-funciona-15-recetas-utiles/>
3. **TwitterFeed**. Aunque parezca que solo está dirigida a Twitter, veras que no es así. Tambien es completamente gratuita, y al igual que las anteriores te ayuda a aumentar la visibilidad de tu contenido, diversificando los posts de tu blog o web en tus cuentas de las principales redes sociales.



Párrafos Cortos

Ayuda a que los párrafos de texto sean fáciles de leer, especialmente las frases más importantes de tu artículo.

Esto lo logras creando párrafos de texto cortos, de **máximo 3 o 4 renglones**, con esto lograrás ofrecer **una lectura más placida** a tus visitantes.

Recuerda que menos palabras por párrafos significa **mayor facilidad de entendimiento** por parte de tu lector y mejor experiencia de usuario al ofrecer una lectura suave gracias a los párrafos correctamente organizados.

Tamaño de Fuente

Haz que tus párrafos de texto tengan un tamaño de fuente de al menos 16px, para que tus textos sean lo suficientemente grandes como para leerlos fácilmente y ser lo suficientemente pequeños para que no parezca que estás gritando.



4

Usa MULTIMEDIA

Agregar imágenes de alta calidad y relevantes

Somos visuales, esto está más que claro, como dice el dicho “una imagen vale más que mil palabras”, por lo tanto asegúrate de agregar imágenes de alta calidad, ya que esto junto con una buena organización de subtítulos, negritas, cursiva y subrayado harán que tengas un artículo visualmente atractivo.

Por ejemplo, si estás escribiendo el artículo perfecto acerca de los viajes, asegúrate de incluir imágenes muy atractivas de los destinos.

- [Hubspot](#) -> No solo son líderes en software de marketing, también son un buen banco de imágenes
- [MorgueFile](#) -> Uno de mis favoritos, excelentes imágenes de grandes dimensiones, ideal para backgrounds.
- [Unsplash](#) -> Otro sitio similar a morguefile, excelentes imágenes para backgrounds.
- [Startup Stock Photos](#) -> Imágenes muy buenas y de alta calidad enfocados a las startups y freelancers.
- [Pexels](#) -> otro excelente banco de imágenes de alta calidad, encontrarás imágenes muy variadas.
- [FreePik](#) -> Si te encanta el flat design, este banco de imágenes es para ti.

Agrega audios y vídeos

Añade audios y vídeos para reforzar lo escrito en tu artículo, estos tienen un gran beneficio y es que disminuyen el porcentaje de **la tasa de rebote**, puesto que un lector que visualiza tu vídeo o escucha tu audio, por lo general permanecerá en tu artículo hasta que termine de reproducirse, con lo cual generas un tiempo alto de permanencia en tu sitio reduciendo así la **tasa de rebote**.

Ahora bien, para lograr esto tienes que incrustar vídeos o audios que verdaderamente sean interesantes y que ofrezcan mucho valor.

En nuestro seminario "**BOOK your BRAND**" contamos cómo aprovechar esta novedosa forma de hacer marketing de contenidos, para que puedas publicar y promocionar tus libros on line, destacando los siguientes aspectos:

- La importancia de un libro como pieza clave en tu estrategia de marketing de contenidos
- Cómo llevar a cabo tu proyecto **BOOK YOUR BRAND**.
- Como sacar partido a Amazon
- Cómo promocionar tu libro entre tus diferentes targets
- Cómo sacar partido a las redes sociales para lanzar tu libro y potenciar tu branding

Puedes ver nuestra presentación a continuación



Book your Brand. Esmeralda Diaz-Aroca & Alejandro Capparelli from Esmeralda Diaz-Aroca



5

Describe tus imágenes

Atributo ALT en tus imágenes

No subas una imagen sin definir: `imagen1.jpg`. No lo entenderán los robots.

Defínela: **Telefono movil Nokia.jpg**



1. Más Credibilidad

Para tener éxito hoy en día, la mayoría de los puestos de trabajo profesionales y relaciones de negocio, networking...etc requieren conocimientos y habilidades con los medios sociales.

En ocasiones veo gente sin FOTO en su perfil de LinkedIn

Descripción de la foto al pasar el ratón

Los perfiles de LinkedIn SIN FOTO pierden la posibilidad de ser vistos

Atributo ALT

```

```



KEYWORDS

6

No olvides tus palabras clave

Densidad de palabras clave

Densidad de palabras clave, es el porcentaje de uso de una palabra clave en un espacio determinado de texto. Algunos conceptos básicos para hacer memoria, recordemos que una palabra clave puede estar formada por varias palabras, ej. “Como salir en Google”, recordemos también que una palabra clave debe escribirse siempre igual, es decir “Como salir en Google” no sería igual que “Cómo salir en Google” (con acento en el como), la diferencia de plurales y singulares sería un claro ejemplo, en este caso las dos formas de escribirlo serían dos palabras clave diferentes.

Cuando hablamos de un determinado espacio de texto, lo podemos ver por segmentos, el Titular de mi Entrada tiene su propia densidad de palabra clave, la Entrada completa, incluyendo el Titular también tiene su propia densidad de palabra clave y la Página completa donde está mi Entrada, incluyendo la Entrada y el Titular, más el resto (cabeceras, menús, resumen de otras entradas etc...) tiene su propia densidad de palabra clave. ¿Que nos interesa? Si queremos posicionar la página completa tenemos que tener en cuenta el global de la Página, pero no olvidemos que el total se compone de segmentos por lo que si trabajamos la densidad de forma individual, nos será más fácil obtener un buen resultado global.

Densidad de **Palabra Clave** = ([Número de **Palabra Clave** en el segmento elegido]*100)/([numero total de palabras en el segmento elegido])

Para que el texto sea legible para los usuarios pero sea óptimo para buscadores debería estar por encima del 2% sin superar el 3%

Densidad de palabra clave

Written on abril 12, 2011 by admin

Densidad de palabras clave

Densidad de palabras clave, es el porcentaje de uso de una [palabra clave](#) en un espacio determinado de texto. Algunos conceptos básicos para hacer memoria, recordemos que una [palabra clave](#) puede estar formada por varias palabras, ej. "Como salir en Google", recordemos también que una [palabra clave](#) debe escribirse siempre igual, es decir "Como salir en Google" no sería igual que "Cómo salir en Google" (con acento en el como), la diferencia de plurales y singulares sería un claro ejemplo, en este caso las dos formas de escribirlo serían dos palabras clave diferentes.

Cuando hablamos de un determinado espacio de texto, lo podemos ver por segmentos, el Titular de mi Entrada tiene su propia densidad de [palabra clave](#), la Entrada completa, incluyendo el Titular también tiene su propia densidad de [palabra clave](#) y la Página completa donde está mi Entrada, incluyendo la Entrada y el Titular, más el resto (cabeceras, menús, resumen de otras entradas etc...) tiene su propia densidad de [palabra clave](#).

¿Que nos interesa? Si queremos posicionar la página completa tenemos que tener en cuenta el global de la Página, pero no olvidemos que el total te compone de segmentos por lo que si trabajamos la densidad de forma individual, nos será más fácil obtener un buen resultado global.

$$\begin{aligned} \text{Número de usos} &= 6 \\ \text{Número total de palabras} &- \\ &> 211 \\ \text{Densidad} &= 6 * 100 / 211 \\ &= 2,84\% \end{aligned}$$



8 razones para usar **CONTENIDO VISUAL** en tu Personal Branding

El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de Personal Branding, pero además el contenido si es VISUAL mejor que mejor, puesto que NEURO COMUNICA y esto marca la diferencia entre que nuestros mensajes "lleguen o no lleguen" al cerebro decisor.

Todos aquellos mensajes que no esten diseñados para NEURO COMUNICAR, caerán en saco roto.

El **contenido visual** no sólo es más fácil y rápido de procesar por nuestro cerebro, si no que en consecuencia, genera más visitas, clics y conversiones.

Keyword Density

Mantén tu keyword density en no mas del **3%**.



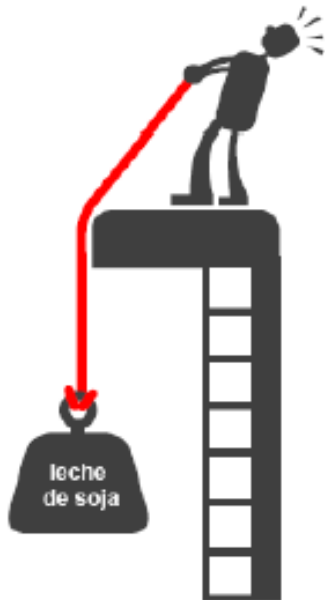
Las redes sociales incorporan herramientas para subir **contenido visual**

Se está produciendo una transición en Social Media hacia el "**Social Media VISUAL**".

La atracción por el "**contenido visual**" online es cada vez mayor, por ejemplo:

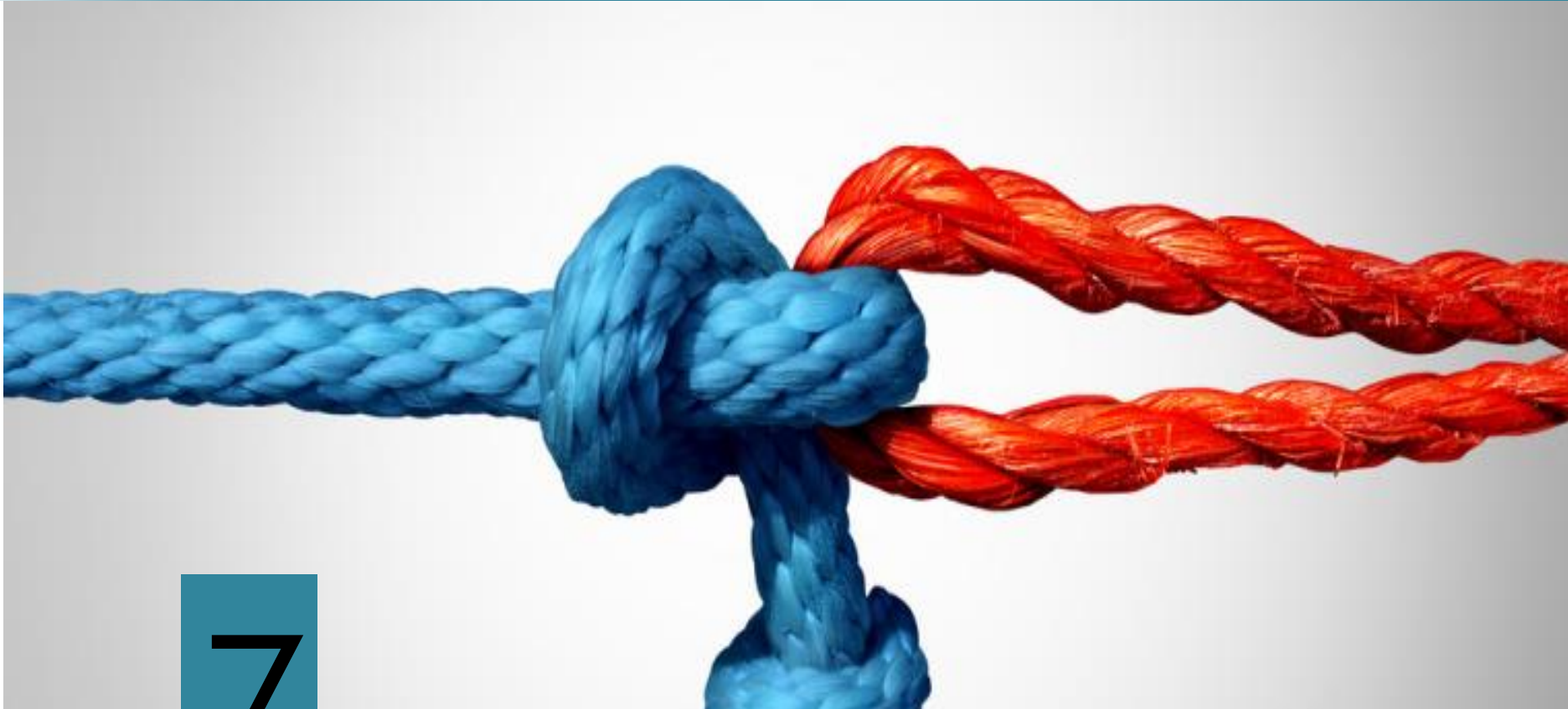
Diversifica

El camino difícil
Optimizar una palabra



El camino inteligente
Optimizar para grupos de palabras





7

Enlaza tu artículo

Links internos

Tu sitio es tu mejor fuente de recursos. Hacer links hacia otras paginas que tengan que ver con lo que estas diciendo, o sea que sea para sumar información, no hagas links sin sentido a paginas que no tienen que ver con tu producto y/o servicio.



8 razones para usar **CONTENIDO VISUAL** en tu Personal Branding

El contenido es hoy un pilar esencial en una estrategia de **Personal Branding** pero además el contenido si es VISUAL mejor que mejor, puesto que **NEURO COMUNICA** y esto marca la diferencia entre que nuestros mensajes "lleguen o no lleguen" al cerebro decisor.

Todos aquellos mensajes que no esten diseñados para **NEURO COMUNICAR**, caerán en saco roto.

El **contenido visual** no sólo es más fácil y rápido de procesar por nuestro cerebro, si no que en consecuencia, genera más visitas, clics y conversiones.



8 Pilares del Personal & Profesional Brand Marketing

Una buena estrategia de personal & profesional brand marketing se cimenta en 8 pilares, todos ellos conectados entre si e interdependientes.

Llevar a cabo un proyecto de personal-profesional branding, no es tarea banal, lleva tiempo y mucha dedicación y detalle.

No se trata de tener un blog y escribir de vez en cuando, tampoco de lanzar tweets en twitter, mensajes en LinkedIn, Facebook ,Google plus de cualquier manera...

Se trata de orquestar un **plan de marketing** perfectamente pensado, donde el objetivo principal sea posicionar no solo la marca si no los valores que la representan, que la hacen diferente.... en definitiva que la hacen ser "atractiva" y "comprable"

Las redes sociales incorporan herramientas para subir contenido visual

Se está produciendo una transición en Social Media hacia el "**Social Media VISUAL**".

La atracción por el "**contenido visual**" online es cada vez mayor, por ejemplo:

Links externos

Incorporar link externos hacia mas información beneficiara al lector y te ayudara de dos maneras:

- (a) dará conocer al lector que lo que tu dices no solamente tu lo dices.
- (b) también puedes buscar hacer links a paginas con información afín y quizás puedas conseguir hacer link a algún sitio con programa de afiliados que te generaran dinero.

8 razones para usar contenido VISUAL es tu estrategia de personal branding

1. El cerebro procesa la información visual 60.000 veces más rápido que el tiempo que necesita para procesar y decodificar un texto.
2. El contenido visual constituye el 93% de toda la comunicación humana.
3. Un contenido puede generar hasta un **94% más de visitas en un blog** si se agregan elementos visuales que tangibilicen la información
4. Puedes conseguir un 14% más de visitas en un comunicado de prensa si has incluido fotos
5. Los mensajes con fotos en FACEBOOK generan un 53% mas de "me gusta" que los que no los tienen



una de las opciones para gestionar
 un estudio que revela que los tweets
 Favoritos y 150% más de RTs , que
 probabilidad de ser vistos que los que
 o significa que el 80 % de la
 publicado es original.

`<h1>Título General</h1>`

`<h2>Subtítulo</h2>`

`<h3>Subcabecera</h3>`

`<h4>Subcabecera</h4>`

`<h5>Subcabecera</h5>`

`<h6>Subcabecera</h6>`

8

Define jerarquías en tu artículo

Porque son tan importantes las etiquetas H1, H2, H3 , en un Blog

Las etiquetas son muy importantes , pues estos brindan mayor prioridad a una web para los motores de búsqueda.



Jerarquía de encabezados

TEÑIRSE EL PELO NUNCA FUE TAN FÁCIL

H1

Teñirse el pelo siempre ha sido una acción rodeada de complicaciones: goteos, manchas, infinitos pasos y productos... Por eso L'Oréal Paris lanza Sublime Mousse el producto que te permite tener el pelo teñido de una forma fácil, rápida y sencilla.

YA PUEDES TEÑIRTE EL PELO EN CASA GRACIAS A SUBLIME MOUSSE

H2

Siempre que tenías que teñirte el pelo tenías que perder tiempo. Con nuestro revolucionario Sublime Mousse hemos simplificado el proceso, utilizando una sencilla espuma que se aplica sobre el cabello tan fácil como si te aplicarás un champú. ¿Cómo? Te lo explicamos en 4 sencillos pasos:

TEÑIRSE EL CABELLO EN 4 PASOS

H3

Elementos que encontraremos con Sublime Mousse: guantes, bote revelador, bote colorante y bálsamo acondicionador.



9

Evita el contenido DUPLICADO

Consecuencias del contenido duplicado

- **Páginas incorrectas** – Tener diferentes páginas para un mismo contenido significa dejar en manos del buscador la elección de la página correcta. Esto no es buena idea ya que puede escoger una versión distinta a la que tu quieres.
- **Peor visibilidad** – Como consecuencia de lo anterior, el buscador puede acabar mostrando una copia de menor peso, y por tanto, posicionarla peor de lo que estaría la versión buena.
- **Indexación deficiente** – La [indexación de tus páginas](#) puede verse afectada debido a que el buscador invierte su tiempo rastreando páginas duplicadas. Si el contenido duplicado supone una porción importante del sitio, el buscador visitará las páginas importantes con menor frecuencia.
- **Desperdicio de enlaces** – Las páginas duplicadas pueden recibir enlaces y diluir la fuerza de tus contenidos, ya que todos esos enlaces podrían (y deberían) estar sumando fuerzas en una única página.
- **Atribución equivocada** – El buscador puede decidir que tu contenido es originario de otro dominio y excluir tus páginas en sus resultados. Es el colmo, pero pasa.



10

**Evita el hacer “trampas”
“Black SEO”**



Trampas que no hay que hacer: intentando falsificar el posicionamiento en los buscadores

Palabras clave en la web:

- 1) **Texto invisible.** Uno de los clásicos y bien conocido por la mayoría de webmasters y ¡buscadores! Los motores de búsqueda los detecta y banean el dominio de dónde proviene. Tampoco es aconsejable utilizar un color de fondo muy similar al de la letra.
- 2) **Texto minúsculo.** Colocado encima de una imagen el resultado es un texto casi-invisible. Algunos motores lo detectan, y encima el diseño de la web puede verse seriamente afectado.
- 3) **Links invisibles.** Las mismas consideraciones a tener en cuenta...
- 4) Poner **muchas y repetidas palabras clave.**
- 5) No utilizar tags (p.e. `<!.. >`) para poner en ellos repetidamente palabras clave.





11

Así es el POST perfecto

The "Perfectly Optimized" Page

Title & Meta Elements

Title: Chocolate Donuts from Mary's Bakery

Meta Description: Learn the 3 secrets to Mary's award-winning chocolate donuts, get times & locations for availability, and learn how to make your own donuts at home.




URL: http://marysbakery.com/chocolate-donuts


LOGO | Navigation Menu

Chocolate Donuts from Mary's Bakery


There's 3 secrets that explain why our **chocolate donuts** have won awards, generated hour-long lines, & even inspired hip-hop tracks. They are:

- #1: Our Ingredients
XYZ
- #2: The Baking Process
ABC
- #3: Timing
DEF

 115
  477
  115



How to Get Hold of Mary's Chocolate Donuts (aka locations, pricing & availability)



How to Make Chocolate Donuts at Home (aka our recipe for the **perfect donut**)

Endorsements (including one from Homer!)

NOTE: Perhaps sadly, there's no "perfect optimization." This graphic's intent is to highlight areas that may be worthy of marketers' efforts.

by Mary D. of Mary's Donuts

Uniquely Valuable

The content offers everything a searcher might want in a unique, high-quality amalgamation.

Phenomenal UX

Clear layout, solid visuals, & beautiful, simple design make the page easy to use & enjoy.

Meta Data Inclusive

The page includes authorship, an enticing meta description, and schema markup for recipes, too.

Bot Accessible

There are no impediments to search crawlers reaching this page or determining it's the canonical version.

Built to be Shared

Like/tweet/+1 buttons make it easy for visitors to share on their favorite networks and provide social proof.

Keyword Targeted

Primary and secondary keyword phrases appear in prominent positions in the headline, title, & content.

Multi-Device Ready

Thanks to solidly-tested, responsive design, this page loads looking great on any device, screen size, and browser.

**CLICK TO
TWEET**



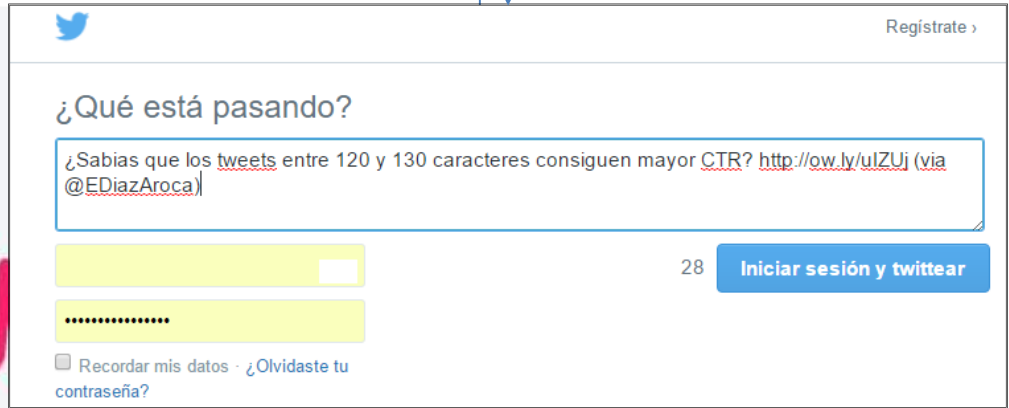
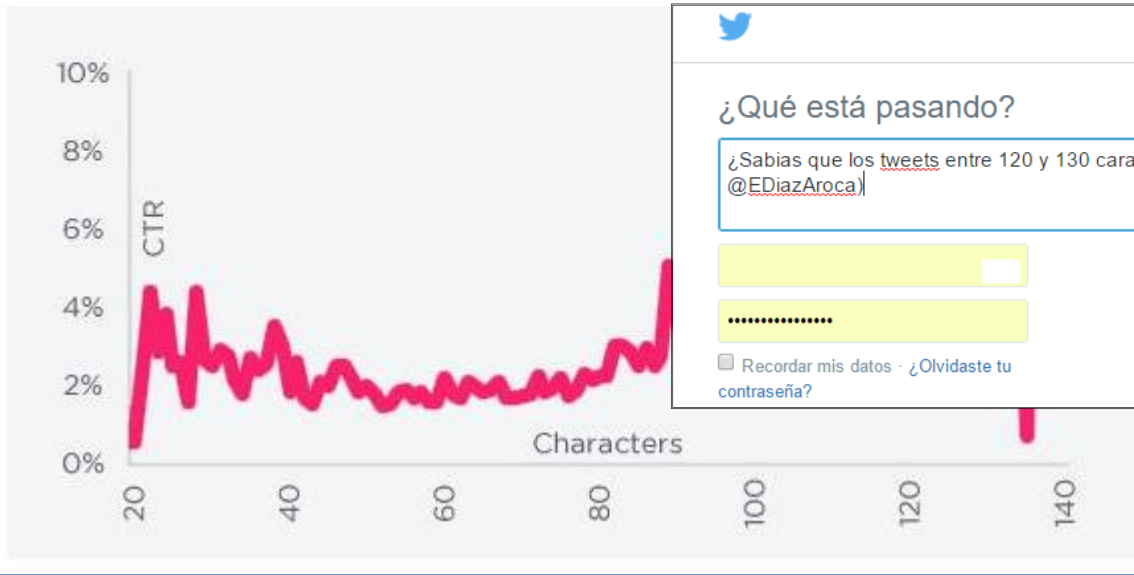
12

**Promueve tus “frases” en
Twitter**

Dan calculó los CTR como el número de clics en un enlace twitteado dividido por el número de seguidores de la cuenta tenía cuando tuiteó ese enlace.

Parte de un post

LOS TWEETS ENTRE 120 Y 130 CARACTERES CONSIGUEN MAYOR CTR (!TWITTEALO!)





13

**Promueve tus post en las
redes sociales**

Incluye Botones Sociales

Para conseguir que tu artículo sea conocido, tienes que hacer que tus lectores lo compartan en sus redes sociales.

Para ello deberás agregar botones de las redes sociales para que puedan compartir los artículos fácilmente.

La posición ideal para estos botones es en la barra lateral de tu blog o antes y después del artículo

SÁBADO, 17 DE OCTUBRE DE 2015



6 trucos para crear contenido visual que seduzca a tu audiencia

Las **imágenes y elementos visuales** son capaz de hacer mas **TANGIBLE** un mensaje y por lo tanto son capaces de **NEUROCOMUNICAR** mejor que un simple texto.

Las **imágenes y elementos visuales** juegan un papel muy importante en la respuesta de tu audiencia. Un mismo mensaje con ó sin imágenes produce diferente respuesta.

Las imágenes / contenido visual son claves en la captación de atención y en consecuencia es su capacidad de atraer a las personas.

El secreto está en como diseñar **elementos VISUALES** que logren nuestros objetivos: conseguir mas clicks-throughs , más Followers, Fans, más comentarios...etc



14

Remata tu post

Cierra el post con una pregunta final

Nunca completes al 100% el tema del cual hablas en tu artículo, siempre deja algo para que hablen y debatan tus lectores, deja una pregunta al final que incite al debate o pregunta que cosa es lo que agregarían al artículo para que sea mucho mejor, también funciona bien preguntar que opinan de lo leído en x parte del artículo.

Añade un formulario de Suscripción

Es muy recomendado (casi obligatorio) que **añadas un formulario de suscripción** en la parte final de tu artículo, puesto que de esta manera podrás tener una lista de personas que les gusta el contenido de tu blog y por lo tanto podrás enviarles un correo para que le den una mirada a tu siguiente artículo.

Cómo difundir tu blog a las RRSS y lanzarlo al estrellato

Herramientas de difusión en Redes Sociales

Herramientas de difusión **robotizadas**
que difunden al publicar el post

twitter  feed

IFTTT

[Tutorial Twitter Feed](#)

[Tutorial IFTTT](#)

Herramientas de difusión en Redes Sociales

Herramientas **para programar**
manualmente la difusión



[Tutorial Hootsuite](#)

[Tutorial Buffer](#)

Herramientas de difusión en Redes Sociales

Herramientas de planificación y
difusión inteligente de todo el blog

Blôgsterapp

Revive Old Post **PRO**

[Guía de primeros pasos de
Blogsterapp](#)

[Comparativas entre HootSuite,](#)

[Buffer, Revive old post y](#)

[BlogsterApp](#)

- Mis Blogs
- Entradas
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja de salida
- Estadísticas
- Mi cuenta

Mis Blogs

Tu panel de control

Además de acceder a la sincronización desde **Blogger** y **WordPress**, esta ventana te proporciona el estado el que se encuentran tus blogs en tiempo real. Obtienes información sobre las publicaciones, los titulares, las noticias, el plan de difusión, etc. Cada uno de estos elementos te permite navegar hasta la ventana correspondiente.

Sincroniza tu blog desde...

iniciaBlog



Entradas	Titulares	Noticias	Programa	Plan de difusión	Estado	B. Salida	KPI's		
165 post	105 relevantes	60 caducadas	113 aplicados	0 curadas	ESTANDAR define orden de difusión	en medios sociales	ON conectado	2 pendientes	4375 clics

My Social Media Blog



Entradas	Titulares	Noticias	Programa	Plan de difusión	Estado	B. Salida	KPI's		
604 post	602 relevantes	2 caducadas	603 aplicados	0 curadas	NO DEFINIDO define orden de difusión	en medios sociales	OFF detenido	0 pendientes	1338 clics

Test Rock Your Blog



Entradas	Titulares	Noticias	Programa	Plan de difusión	Estado	B. Salida	KPI's		
8 post	8 relevantes	0 caducadas	8 aplicados	0 curadas	ESTANDAR define orden de difusión	en medios sociales	ON conectado	1 pendientes	0 clics

1

SITEMAP

- Mis Blogs
- Entradas
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja

SÍGUENOS

- Twitter
- Facebook
- Google+
- YouTube
- Blog

RECURSOS

- Guía de primeros pasos
- Vídeo de primeros pasos
- Cómo sincronizar tu blog
- Cómo añadir titulares y noticias
- Cómo configurar un difusor
- Cómo funciona la bandeja de salida

LEGAL

- Condiciones de uso
- Términos de privacidad
- Política de cookies

SOPORTE

- FAQ
- Enviar una solicitud
- Asistente primeros pasos



- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares**
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja de salida
- Estadísticas

Mi cuenta

Titulares

Se creativo. Usa los diferentes titulares

Los **titulares** son variaciones del título original de la publicación. Deben comunicar la idea central del contenido de la publicación pero expresado de manera diferente para atraer la atención de sus seguidores. Potencia tus titulares usando imágenes, hashtag o menciones a marcas o personas. No es necesario incluir la **No es necesario incluir la URL del post.** de la publicación, porque se pondrá automáticamente. ¡Menos trabajo para ti!

Los cuatro pilares del blogging



Guardar los cambios

Titular 1



Los cuatro pilares sobre los que sustentar la gestión completa de tu blog #blogging #cm

0
clicks

Titular 2



Cómo gestionar de manera correcta tu blog, usando los cuatro pilares del #blogging

4
clicks

Titular 3



Gestión de contenidos, del posicionamiento seo, de las Redes Sociales, de negocio. Los 4 pilares del #blogging

0
clicks

Titular 4



¿El éxito de un blog?, si claro la respuesta la tienes aquí. #cm #blogging

0
clicks

Titular 5



¿Cómo va tu blog? 4 pilares del #blogging #cm

0
clicks

Imagen



SITEMAP

- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja

SÍGUENOS

-  Twitter
-  Facebook
-  Google+
-  Blog

RECURSOS

- Cómo sincronizar tu blog
- Cómo añadir titulares y noticias
- Cómo configurar un difusor
- Cómo funciona la bandeja de salida

LEGAL

- Condiciones de uso
- Términos de privacidad
- Política de cookies

SOPORTE

- FAQ
- Enviar una solicitud

Blogsterapp



- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores**
- Estado
- Bandeja de salida
- Estadísticas
- Mi cuenta

Plan de difusión





Ajusta el difusor en función de tu comunidad

Existe un plan de difusión para cada red social. Podrás configurar aspectos tan importantes como los días de la semana, la cantidad máxima de mensajes diarios o incluso el intervalo mínimo entre mensaje. Cada red social es diferente y todas tienen diferentes ritmos. Puedes Activar o Desactivar el Difusor en cualquier momento. Es imprescindible **vincular** el difusor con su perfil social.

Difusor para Twitter

@iniciablog

Guardar los cambios

Lunes:	Martes:	Miércoles:	Jueves:	Viernes:	Sábado:	Domingo:	Franja horaria:
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(GTM 0:00) Europe/London
<input checked="" type="checkbox"/> Zona horaria 1:	<input type="checkbox"/> Zona horaria 2:		<input type="checkbox"/> Zona horaria 3:		<input type="checkbox"/> Zona horaria 4:		
07:00  22:00 	12:00  13:00 		20:00  22:00 				
Nº máximo mensajes diarios:	Prioridad de noticias:		Intervalo mínimo:		Estado:		
5	Alta		60 min.		Activo		

Difusor para Facebook

SITMAP

- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja

SÍGUENOS

-  Twitter
-  Facebook
-  Google+
-  Blog

RECURSOS

- Cómo sincronizar tu blog
- Cómo añadir titulares y noticias
- Cómo configurar un difusor
- Cómo funciona la bandeja de salida

LEGAL

- Condiciones de uso
- Términos de privacidad
- Política de cookies

SOPORTE

- FAQ
- Enviar una solicitud

Blogsterapp

- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado

Bandeja de salida

Estadísticas

Mi cuenta

Bandeja de salida

Mensajes generados por BlogsterApp

La Bandeja de salida es el resultado de haber combinando tus mensajes y noticias siguiendo el programa y el plan difusión aplicados al blog. BlogsterAPP genera **periódicamente** tu Bandeja de salida y difunde los mensajes pendientes automáticamente. También dispones de un botón para generar tu timeline ahora. Usa el panel de filtros para ver los mensajes difundidos ayer e incluso los previsto para las próximas 72 horas. Puedes editar, eliminar y difundir aquellos mensajes pendientes del día.

(Todas los difusores...)

Hoy

Hoy

Previsto para las próximas 72h

Ayer

Últimos 7 días

Últimos 30 días

s de tu blog

Generar mi Bandeja de salida



Difundido en la zona horaria 1 el Friday, December 12, 2014

Herramientas para Webmasters. 8 preguntas claves

<http://goo.gl/aBWSNG>



Difundido en la zona horaria 1 el Wednesday, December 17, 2014 7:00 AM

Infografía. Breve historia del SEO, desde 1994 hasta el 2014 <http://goo.gl/OmQqCT> por @wwwwhatsnew



Difundido en la zona horaria 1 el Wednesday, December 17, 2014 1:40 PM

Conoce el mejor horario para publicar en tu blog #cm <http://goo.gl/GfCH3y>



Previsto en la zona horaria 1 el Wednesday, December 17, 2014 8:20 PM

¿Estás pensando en crear un nuevo blog?. Mira este video tutorial sobre #Blogger. #blogging #cm



SITEMAP

- Mis Blogs
- Publicaciones
- Titulares
- Noticias
- Programa
- Difusores
- Estado
- Bandeja

SÍGUENOS

-  Twitter
-  Facebook
-  Google+
-  Blog

RECURSOS

- Cómo sincronizar tu blog
- Cómo añadir titulares y noticias
- Cómo configurar un difusor
- Cómo funciona la bandeja de salida

LEGAL

- Condiciones de uso
- Términos de privacidad
- Política de cookies

SOPORTE

- FAQ
- Enviar una solicitud

Blogsterapp



Las licencias de Creative Commons



Quien publica algo en Internet lo hace normalmente para que otros lo puedan aprovechar y utilizar, copiándolo o reproduciéndolo si es necesario.



Pero una cosa bien diferente es que alguien **se atribuya la autoría de una obra** que no es suya poniendo su firma en ella y

olvidándose de, **como mínimo,**
citar al autor o autora
original.

Y esto ocurre con demasiada frecuencia aunque éste/a publique bajo una licencia [Creative Commons](#).

Un internauta **encuentra una imagen que le gusta en Internet**, y ni siquiera se fija en quién es el autor. La copia a su ordenador y después, cuando decide abrir un blog en la Red, la utiliza como imagen de cabecera.

Con los meses, el blog se hace más y más popular y esa fotografía corre de navegador en navegador. Sin embargo, un día el internauta recibe un correo del propietario de la imagen que copió en el que le conmina a retirar la foto e incluso le amenaza con acciones legales.

El propietario del blog se encuentra ante del dilema de que si retira la imagen su blog perderá el diseño "de marca" que se ha hecho tan popular en la Red.

Si no la retira puede incurrir en delito y verse ante un tribunal o pagando una fuerte multa...

Sin embargo, si se hubiera fijado de antemano en el tipo de licencia que tenía la fotografía, se habría ahorrado muchos disgustos; en no pocas ocasiones basta con citar al autor para poder utilizar un contenido cultural con total libertad.



Las licencias [Creative Commons](#), surgieron precisamente para que los restrictivos derechos de autor encarnados por el símbolo © no supusieran un freno a la distribución y difusión de la información y la cultura ni a la colaboración en el desarrollo del conocimiento.

Con este formato, el propietario de los derechos de autor puede reservarse algunos derechos sobre su obra y ceder otros permitiendo, por ejemplo, la copia, distribución o comunicación pública de la misma y su modificación para hacer obras derivadas bajo ciertas condiciones.

El reconocimiento de la autoría original es una de esas condiciones común a lo [seis tipos diferentes de licencias](#) disponibles en la actualidad.



<http://es.creativecommons.org/licencia/>

Creative Commons es una corporación americana sin ánimo de lucro. Si quieres conocerla mejor puedes visitar [su web](#).



Reconocimiento (Attribution): En cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría.



No Comercial (Non commercial): La explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.



Sin obras derivadas (No Derivate Works): La autorización para explotar la obra no incluye la transformación para crear una obra derivada.



Compartir Igual (Share alike): La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

Con estas cuatro condiciones combinadas se pueden generar las seis licencias que se pueden escoger:



Reconocimiento (by): Se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo una finalidad comercial, así como la creación de obras derivadas, la distribución de las cuales también está permitida sin ninguna restricción.



Reconocimiento - NoComercial (by-nc): Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales.



Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.



Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada (by-nc-nd): No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.



Reconocimiento - CompartirIgual (by-sa): Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.



Reconocimiento - SinObraDerivada (by-nd): Se permite el uso comercial de la obra pero no la generación de obras derivadas.

Buscar y usar obras con licencia CC

La mejor opción para no encontrarse con sorpresas desagradables en el uso de una obra digital es decantarse sólo por las que incluyen una licencia 'Creative Commons' (CC) o similar, ya que basta con respetar sus atributos para evitar demandas posteriores.

Abundan los sitios web en los que los usuarios pueden colgar contenidos bajo esta licencia: Flickr.com (en fotografía) y Youtube.com (en vídeos) son los más conocidos.

El servicio Flickr contiene millones de fotografías que guardan los usuarios. Y aunque por defecto otorga a cada imagen una licencia 'Copyright', permite también asignar licencias CC. Más aún, Flickr posee un [buscador de imágenes](#) que, además de buscar por etiquetas (tags) colocadas en cada imagen por los usuarios, permite seleccionar sólo [imágenes con la licencia CC](#).

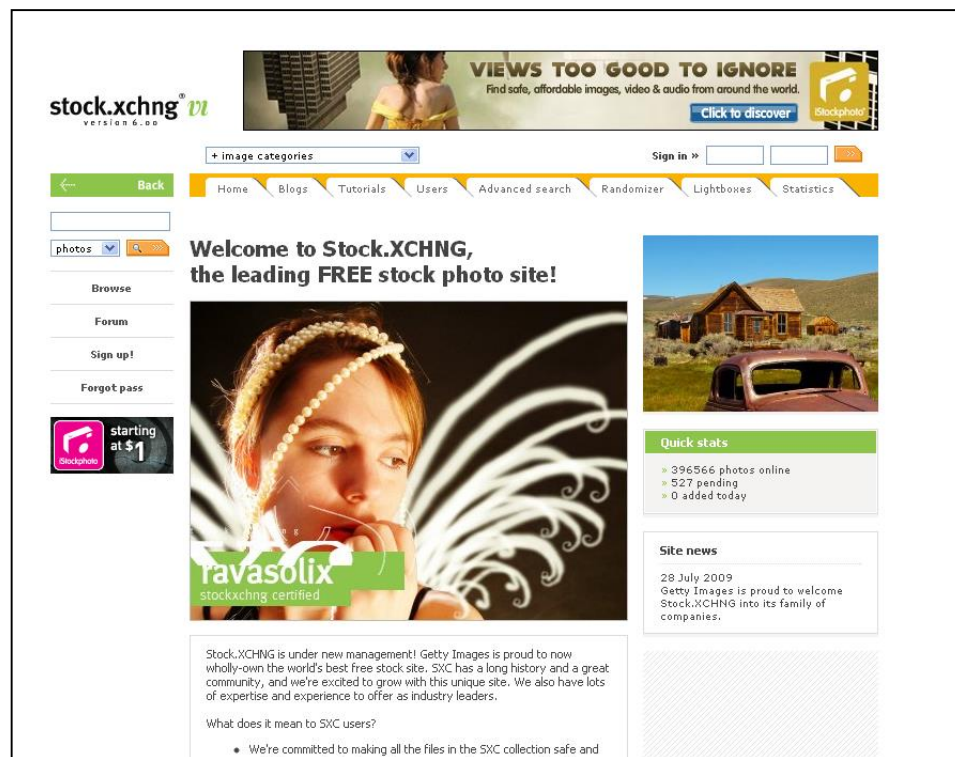


Buscar y usar obras con licencia CC

También el servicio Stock.xchng permite guardar numerosas fotografías que tengan licencias de uso abierto, aunque en este caso no permite expresamente licencias CC sino otro tipo similar y con calidad muy alta.

El servicio permite buscarlas por orden de más a menos descargadas, por etiquetas, o por orden de actualidad.

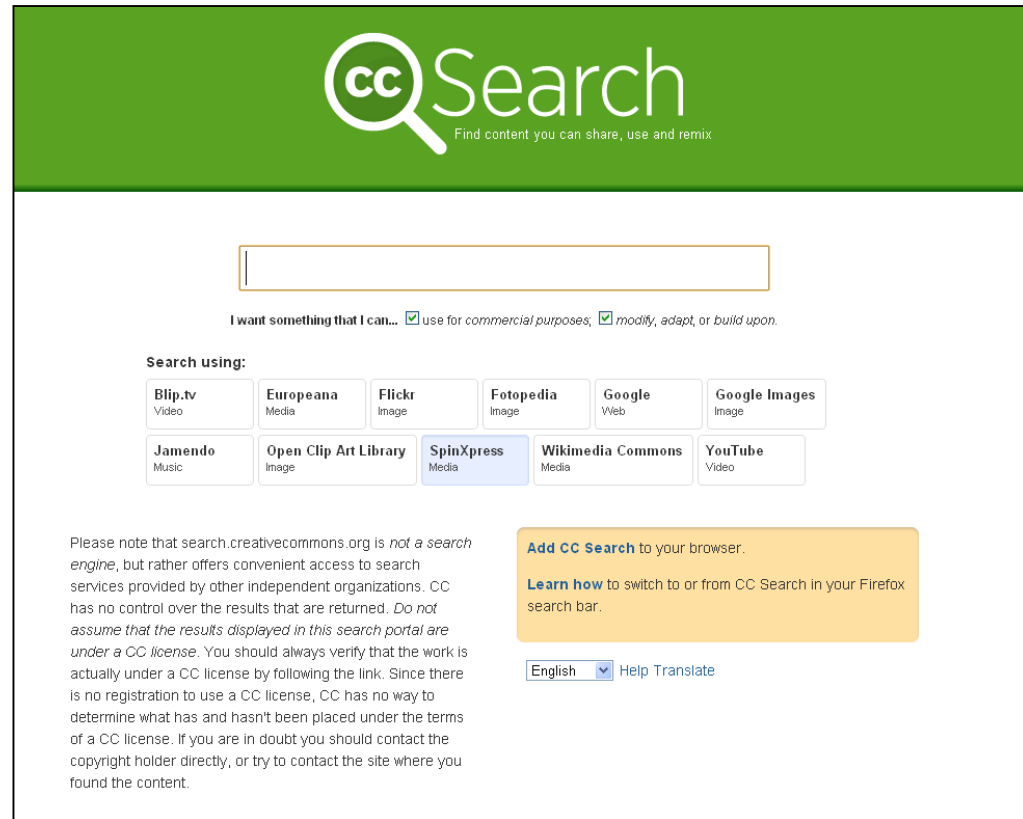
Además, redes sociales como MySpace contienen abundante música bajo CC que los usuarios pueden descargar y reproducir en sus sitios web.



Buscar y usar obras con licencia CC

Un modo rápido y efectivo de encontrar contenidos CC es utilizar el buscador específico (en la parte superior derecha) del navegador Firefox, que indaga a través de numerosos sitios como Google, Flickr, OWL Music Search o Yahoo!

También el nuevo navegador de Google, Chrome, dispone del modo "búsqueda predeterminada" para los contenidos exclusivamente bajo licencia CC. Bastará entonces con poner la palabra clave del contenido a buscar en la caja de direcciones para que aparezcan los resultados.



The screenshot shows the CC Search website interface. At the top, there is a green header with the "CC Search" logo and the tagline "Find content you can share, use and remix". Below the header is a search input field. Underneath the input field, there is a checkbox for "I want something that I can..." with two sub-options: "use for commercial purposes" and "modify, adapt, or build upon", both of which are checked. Below this, there is a section titled "Search using:" with a grid of buttons for different search engines: Blip.tv (Video), Europeaana (Media), Flickr (Image), Fotopedia (Image), Google (Web), Google Images (Image), Jamendo (Music), Open Clip Art Library (Image), SpinXpress (Media), Wikimedia Commons (Media), and YouTube (Video). The SpinXpress button is highlighted in blue. Below the search engine buttons, there is a disclaimer text: "Please note that search.creativecommons.org is not a search engine, but rather offers convenient access to search services provided by other independent organizations. CC has no control over the results that are returned. Do not assume that the results displayed in this search portal are under a CC license. You should always verify that the work is actually under a CC license by following the link. Since there is no registration to use a CC license, CC has no way to determine what has and hasn't been placed under the terms of a CC license. If you are in doubt you should contact the copyright holder directly, or try to contact the site where you found the content." To the right of the disclaimer, there is a yellow box with the text "Add CC Search to your browser." and a link "Learn how to switch to or from CC Search in your Firefox search bar." Below the disclaimer, there is a language selector set to "English" and a "Help Translate" link.

Google Búsqueda avanzada

www.google.es/advanced_search?q=busqueda+predeterminada+creative+commons&hl=es&prmd=ivns

La Web Imágenes Vídeos Mapas Noticias Compras Gmail Más + Acceder

Google Búsqueda avanzada

[Cómo usar la Búsqueda avanzada](#) | [Todo acerca de Google](#)

busqueda predeterminada creative commons

Encontrar páginas web que contengan...

todos estos términos:

esta frase o palabras exactas: [sugerencia](#)

uno o varios de estos términos: OR OR [sugerencia](#)

No mostrar páginas que contengan...

cualquiera de estos términos: [sugerencia](#)

¿Necesitas más herramientas?

Resultados por página: Esta opción no es aplicable a [Google Instant](#).

Idioma:

Tipo de archivo:

Búsqueda en un sitio o dominio:
(por ej., youtube.com, .edu)

[Fecha, derechos de uso, región, etc.](#)

Fecha: (última actualización)

Derechos de uso:

Dónde aparecen las palabras clave:

- se puede utilizar o compartir libremente
- se puede utilizar o compartir libremente, incluso con fines comerciales
- se puede utilizar, compartir o modificar libremente
- se puede utilizar, compartir o modificar libremente, incluso con fines comerciales

Región:

[SafeSearch:](#)

Inicio

Correo :: Entrada

Google Búsqueda ...

EDA social media

Curso completo C...

Dibujo - Paint

ES












Búsqueda avanzada

19:44

Buscar y usar obras con licencia CC

Extensiones

Extensiones (11)

	AddThis - Share & Bookmark (new) - Versión: 2.3 Share to Facebook, Twitter and over 300 other services with the most popular sharing tool in the world. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito <input checked="" type="checkbox"/> Permitir acceso a URL de archivo
	Babylon Chrome OCR - Versión: 1.0 Babylon Chrome OCR Inhabilitar - Desinstalar <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito <input type="checkbox"/> Permitir acceso a URL de archivo
	bit.ly a simple URL shortener - Versión: 1.2.1.12 Shorten, share, and track your links, right from your browser, instantly Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	Creative Commons Flickr Image Search - Versión: 0.9 Easily search Flickr for images and videos licensed under a Creative Commons license. Inhabilitar - Desinstalar <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	Creative Commons Laser Highlighter - Versión: 0.2.5 This extension highlights any Creative Commons license RDFa mark-up using a laser effect. Inhabilitar - Desinstalar <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito <input checked="" type="checkbox"/> Permitir acceso a URL de archivo
	Extensión Suscripción a RSS (de Google) - Versión: 2.1.3 Permite añadir una suscripción a la barra de herramientas con un solo clic. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	Fast YouTube Search - Versión: 1.2 Fast YouTube Search - Search in YouTube with a single click. Inhabilitar - Desinstalar <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	Google Share Button - Versión: 1.1.0.10 Utiliza esta extensión para compartir páginas web a través de las redes sociales, del correo electrónico y de los blogs. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	Google Translate - Versión: 1.2.3.1 This extension translates entire webpages into a language of your choice with one click. By the Google Translate team. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	QR-Code Tag Extension - Versión: 0.7.9 Display a QR-Code tag for current URL in browser or any link, selected text or image on a web page. Size of QR-code is adjustable. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito
	URL Shortener - Versión: 4.5 Shorten URLs and copy to clipboard or post to twitter directly. Goo.gl, Bit.ly, McAf.ee, Twitter, Youtu.be Y.ahoo.it, and others. Inhabilitar - Desinstalar - Opciones <input type="checkbox"/> Permitir navegación en modo de incógnito

También el nuevo navegador de Google, Chrome, dispone del modo "búsqueda predeterminada" para los contenidos exclusivamente bajo licencia CC. Bastará entonces con poner la palabra clave del contenido a buscar en la caja de direcciones para que aparezcan los resultados.



Cuando hayas hecho tu elección tendrás la licencia expresada de tres formas:

- **Commons Deed:** Es un resumen fácilmente comprensible del texto legal con los iconos relevantes.
- **Legal Code:** El código legal completo en el que se basa la licencia que has escogido.
- **Digital Code:** El código digital, que puede leer la máquina y que sirve para que los motores de búsqueda y otras aplicaciones identifiquen tu trabajo y sus condiciones de uso.

Utilizar la licencia

Una vez escogida la licencia tienes que incluir el botón Creative Commons "Algunos derechos reservados" en tu sitio, cerca de vuestra obra. Este botón enlaza con el Commons Deed, de forma que todos puedan estar informados de las condiciones de la licencia. Si encuentras que tu licencia ha sido violada, entonces tendrás las bases para poder defender tus derechos.

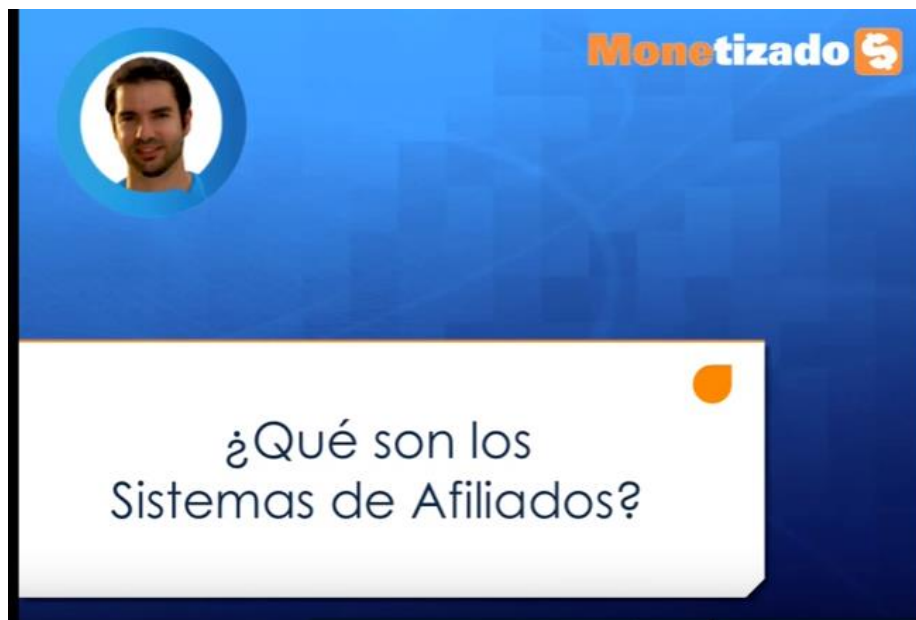
Como monetizar tu blog

Recomendar productos, herramientas o formación mediante Marketing de afiliados

Este tipo de monetización, el Marketing de afiliación (o los sistemas de afiliados como también leerás) es bastante interesante

Se basa en recomendar productos de otras personas y ganar una comisión por cada venta que se produzca a través de tu recomendación.

Para entender perfectamente qué son estos sistemas de afiliados, he creado un vídeo que seguro que te deja totalmente claro el concepto



Generar ingresos a través de AdSense, la publicidad contextual de Google.

Creo que todos conocemos AdSense. Es el sistema de publicidad que vemos en muchísimas webs por las que navegamos y que muestran un anunciante relacionado con el contenido de la página.

Este tipo de monetización, no es muy recomendable para un blog personal, cuando muchos sí que deciden ponerlo.

La razón es que tú no controlas qué aparece en ese anuncio, así que podrías tener peligro de poner en riesgo tu marca personal en función del anuncio que apareciera ahí. En cambio en **un blog de nicho** sí que puede ser rentable ya que seguramente muestre productos relacionados con la temática de la que estás hablando lo que los hará muy atractivos de clicar en ellos (que será lo que te genere los ingresos).

Díaz-Aroca 
& asociados

Consultoría • Formación • Comunicación

Esmeralda Díaz-Aroca 

Social Selling 

Coaching y training para comerciales