



Tarjeta de puntuación de marketing de contenidos

Cómo y cuándo utilizar esta herramienta:

Usa los siguientes criterios para analizar tu contenido. Asigna una puntuación a cada publicación en base al grado en que cada pieza cumple con los objetivos estratégicos de la empresa.

CRITERIOS	PUNTUACIÓN DEL CONTENIDO (1 = PEOR; 5 = MEJOR)
<p>Perfil de cliente:</p> <p>Asigna cada pieza de contenido a un perfil de cliente específico y evalúa lo bien que está escrita para ese objetivo.</p>	<div><div>1</div><div>2</div><div>3</div><div>4</div><div>5</div></div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
<p>Fase del viaje del cliente:</p> <p>Asigna cada pieza de contenido a una fase relevante del viaje del cliente. Analiza si el contenido es correcto para esa fase.</p>	<div><div>1</div><div>2</div><div>3</div><div>4</div><div>5</div></div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
<p>Editorial y marca:</p> <p>Evalúa la calidad editorial de cada pieza de contenido y asigna una puntuación en función de cómo se ajusta a las directrices de la marca.</p>	<div><div>1</div><div>2</div><div>3</div><div>4</div><div>5</div></div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
<p>Canal digital:</p> <p>Consulta las métricas de rendimiento digital (como el tiempo de permanencia en la página y los backlinks) de cada pieza de contenido. Limita cada publicación a un solo canal y asigna una puntuación en función de las métricas más importantes de éste (por ejemplo, en una publicación de blog, debes evaluar las visualizaciones de la página y los visitantes únicos).</p>	<div><div>1</div><div>2</div><div>3</div><div>4</div><div>5</div></div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>

Evaluación de contenido

(la suma de todas las puntuaciones)

¿La puntuación es igual o superior a 13? El rendimiento del contenido es alto.

Consérvalo y sigue utilizándolo.

¿El rendimiento del contenido es de nivel medio*?

Es el momento de pulirlo y mejorarlo.

*Los responsables de marketing deben decidir de antemano cuál es la puntuación que corresponde al nivel medio, la cual indica que se debe mejorar el contenido. Todas las publicaciones que obtengan una puntuación inferior al nivel medio se deben replantear.

Existe la posibilidad de asignar más peso a unos criterios que a otros; esto depende de la estrategia de tu empresa y tus objetivos.