

CÓMO CREAR CONTENIDO VIRAL



Lo que muchos quieren pero
pocos consiguen

No sin mis  Cookies

MADE WITH  BY COMMUNITYME

ÍNDICE

Lo que muchos quieren pero pocos consiguen	4
Los secretos del contenido viral.....	4
Copywritting	4
Extensión	4
Contenido	5
Contenido viral en 4 pasos	6
Paso 1: ¿Qué quiere tu audiencia?	6
Paso 2: Utiliza BuzzSumo para encontrar el contenido viral.....	8
Paso 3: Usa Ubersuggest para conseguir ideas.....	9
Paso 4: Presta atención a los comentarios.....	10
Caso de éxito: Upworthy	10
Cómo generar títulos impactantes de forma fácil	11
Optimizando los botones de compartir en redes sociales	11
Vídeos emocionales.....	11

CÓMO CREAR CONTENIDO VIRAL

LO QUE MUCHOS QUIEREN PERO POCOS CONSIGUEN

eBook elaborado por www.nosinmiscookies.com

Copyright © 2014 No sin mis cookies. Todos los derechos reservados.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del autor. Todas las marcas y marcas registradas que aparecen en este documento son propiedad de sus respectivos dueños.

Lo que muchos quieren pero pocos consiguen

Una de las grandes ventajas que han traído las redes sociales a nuestras vidas es el aumento de la visibilidad que pueden llegar a otorgar. Entre los distintos factores que pueden explicar este aumento de nuestro alcance, uno de los más importantes es la **viralidad**, una pequeña chispa que prende y acaba incendiando de compartidos nuestro contenido.

Sin embargo, las redes sociales por sí mismas no son virales, realmente lo es nuestro contenido. **¿Por qué un contenido se vuelve viral?** No es por publicarlo en redes sociales por mucho que podamos optimizar este aspecto buscando la mejor hora para compartir con nuestra audiencia o el formato empleado en el canal adecuado, es por el propio contenido.

En la marabunta de información que nos encontramos hoy en día, es necesario saber **captar la atención del usuario** tanto en las redes sociales como en nuestros blogs. Sin embargo, aunque mucha gente se molesta e intenta generar contenido susceptible de convertirse en viral, la mayoría de las personas no lo consiguen. **¿Tan difícil es?** Lo cierto es que no, solo hay que saber prestar un poco de atención y conocer la respuesta a una serie de preguntas.

Los secretos del contenido viral

Generar contenido viral no es una ciencia oculta y de hecho, tú mismo puedes generarlo. Si no sabes cómo hacerlo es porque todavía no te habías parado a fijarte en los principales sitios webs que consiguen que sus contenidos se vuelvan virales de forma constante, día tras día. Si lo hicieras, podrías detectar los 3 secretos que todo contenido viral debe cumplir:

Copywritting

Realmente no es ningún secreto el hecho de que **saber escribir grandes titulares** que capten la atención del usuario y llamen su atención es la clave para que 8 de cada 10 personas hagan clic para leer tu post.

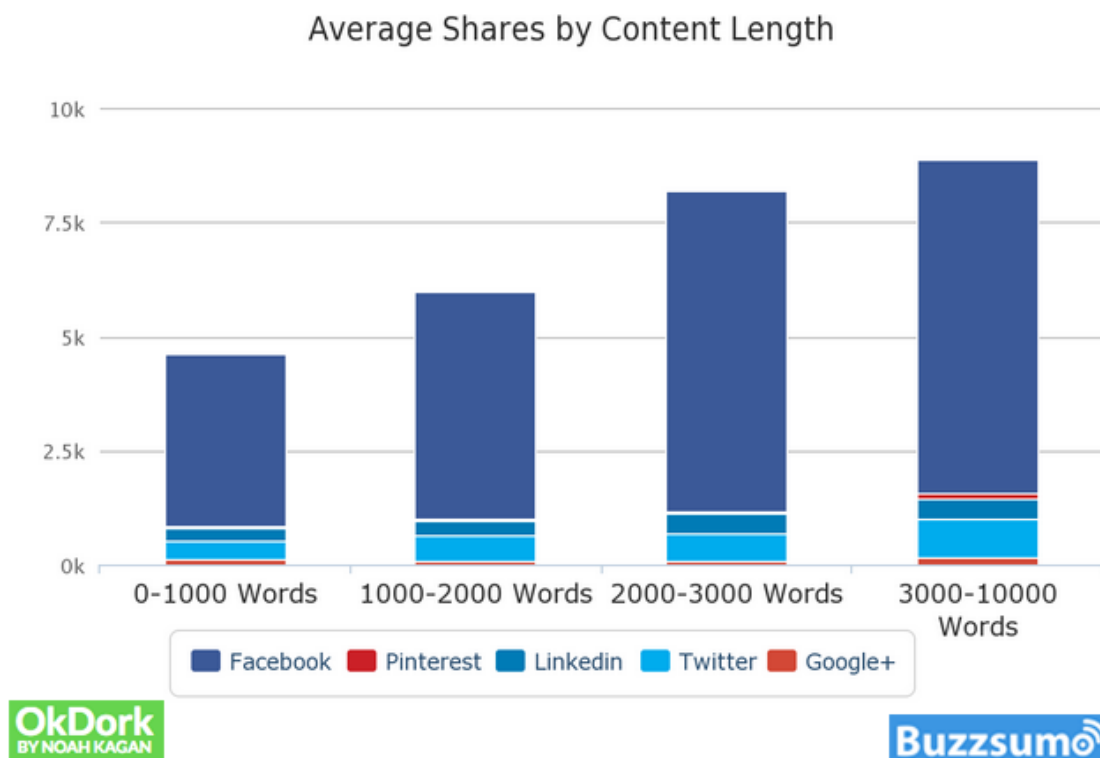
La primera impresión antes de leer un post es su titular y al menos que seas un lector recurrente de un bloguero reconocerás que la inmensa mayoría de los casos, es lo que te hace leer o no un post. Por lo tanto, es importante saber qué tipo de titulares son los que captan la atención y “pican” la curiosidad de los usuarios.

Extensión

Aunque no necesariamente debe ser una norma los **contenidos de gran longitud** se comparten mucho más. ¿Quién dice eso? Pues una de las herramientas que vamos a recomendar en este ebook y que se ha convertido en imprescindible en nuestras estrategias de marketing de contenidos y SEO, BuzzSumo.

BuzzSumo es una herramienta muy útil cuyo objetivo es **encontrar el contenido que más se comparte en relación a la palabra clave que estás trabajando**, ¿suena bien verdad? Por lo tanto con esta herramienta podemos generar contenido relevante para nuestros usuarios en función de los términos de búsqueda que nos interesan a nivel negocio. Una maravilla.

Como puedes imaginar esta herramienta gestiona una cantidad de datos enorme sobre este tema y ha podido sacar sus propias estadísticas.



Puedes ver en la gráfica como de todo el contenido analizado el que más se comparte es el que va de las **3.000 a las 10.000 palabras**. Realmente esto tiene una explicación lógica y es que generalmente un post mucho más extenso permite tratar en profundidad cualquier tema dando una respuesta adecuada al usuario sus necesidades. Seguro que cuando has visto un post que resolvía todas tus dudas al detalle, con imágenes de apoyo o incluso un vídeo lo has compartido encantado, ¿verdad?

Por lo tanto, el hecho de escribir 5.000 palabras no convierte un contenido en viral, sino el hecho de saber aprovechar la extensión para ayudar al usuario sin escatimar en recursos.

Contenido

Como no podía ser de otra manera, el tercer secreto es saber qué contenido es realmente susceptible de convertirse en viral y ser compartido a través de los distintos canales. Esto te puede parecer fácil o difícil, pero lo cierto es que puede conseguirse siguiendo 4 pasos:

1. Descubre qué es lo que quiere tu audiencia
2. ¿Qué contenido relacionado puede ser viral?
3. Genera ideas para escribir ese contenido
4. Escucha a tu audiencia

Con estos 4 pasos estarás generando **contenido viral gracias al valor que proporcionas a los usuarios** escribiendo sobre un tema determinado. Si quieres saber cómo realizar cada una de estas etapas con éxito, sigue leyendo.

Contenido viral en 4 pasos

En tan solo 4 pasos vas a ser capaz de **generar un contenido irresistible que el usuario no podrá evitar compartir**. Lo mejor de todo es que para ello tenemos una serie de herramientas a nuestro alcance por lo que solo es cuestión de ponerle ganas así que ¡manos a la obra!

Paso 1: ¿Qué quiere tu audiencia?

Lo primero de todo es identificar **qué tipo de contenidos está demandando tu audiencia** y para ello tienes distintas formas de hacerlo. Puedes empezar analizando los post de mayor éxito de tu blog, puedes ver qué contenidos están funcionando mejor a tu competencia y también identificar los temas que más están siendo tratados en tu sector así como por influyentes.

Contenidos más populares en tu blog

Si ya llevas tiempo publicando en tu blog puedes sacar las primeras conclusiones **analizando tu propio contenido**. Aunque haya sido por un golpe de suerte, en algún momento más de uno de tus post se ha viralizado atrayendo un buen número de visitas. Gracias a [Google Analytics](#) puedes detectar aquellas piezas de contenido que mayor número de visitas o interacción (duración, páginas vistas...) te han generado.

También puedes utilizar herramientas como [SocialCrawlytics](#) o [BuzzSumo](#) para introducir la URL de tu blog e identificar las entradas que más se han compartido en redes sociales.

Contenidos más populares de la competencia

Seguro que tienes ya localizados esos blogs que estarían dentro de tu mismo nicho y que por tanto generan contenidos dirigidos al mismo público objetivo que el tuyo, **¿no sería bueno saber qué contenidos les están funcionando a ellos?** De la misma manera que has hecho antes con tu blog, puedes utilizar BuzzSumo o SocialCrawlytics para identificar mediante la URL los post de mayor éxito en redes sociales de un blog.

También puedes identificar los contenidos más enlazados a través de herramientas como Open [Site Explorer de Moz](#). Si más bloggers han decidido enlazar es porque es contenido de calidad y además de las redes sociales, una mención en otro blog de tu mismo sector también puede ser una muy buena fuente de tráfico.

Contenidos más populares en tu comunidad

Por último y no por ello menos importante puedes averiguar cuáles son los **temas más populares dentro de tu comunidad por redes sociales**. Por ejemplo para Twitter puedes ayudarte de herramientas como [SocialBro](#) o [Tribalytics](#) para detectar a influencers en tu comunidad por temáticas y analizar qué tweets tienen más éxito.

Esto sin embargo puede ser una tarea muy costosa y si te defiendes un poco con el inglés te recomiendo utilizar [Quora](#), un portal poco utilizado en el mundo hispano. Si bien sus resultados se arrojan en inglés y vas a estudiar una comunidad mayoritariamente estadounidense, por todos es sabido que tarde o temprano todo cruza el charco. De hecho

muchas de las novedades que nos llegan aquí ya llevan tiempo hablándose al otro lado del mundo así que puede ser una buena oportunidad para adelantarte.

Introduciendo tus **principales palabras clave** o categorías de tu blog puedes ver que temáticas tienen un mayor número de seguidores así como **preguntas y contenidos que más preocupan** dentro de estos temas.

Vamos a verlo con un sencillo ejemplo utilizando el término de búsqueda "social media":

The screenshot shows the Quora search interface for the term "social media". The search bar at the top contains "social media". Below the search bar, there are three search results, each with a red arrow pointing to it from the left. The first result is a topic page for "Social Media" with 92.4k followers. The second result is a question: "How would you measure the ROI in social media?" with 46 upvotes. The third result is another question: "How do I improve my social media presence?" with 152 upvotes. The fourth result is a question: "Social Media Marketing Plan?" with 35 upvotes. Each result includes a brief description and a "Follow Topic" button.

Como puedes ver en los resultados, se trata de un tema que cuenta con más de 90 mil seguidores y donde algunos de los contenidos más relevantes contestan a preocupaciones como:

- Cómo medir el retorno de la inversión (ROI) en redes sociales

- Como mejorar mi presencia en redes sociales
- Cómo hacer un plan de social media

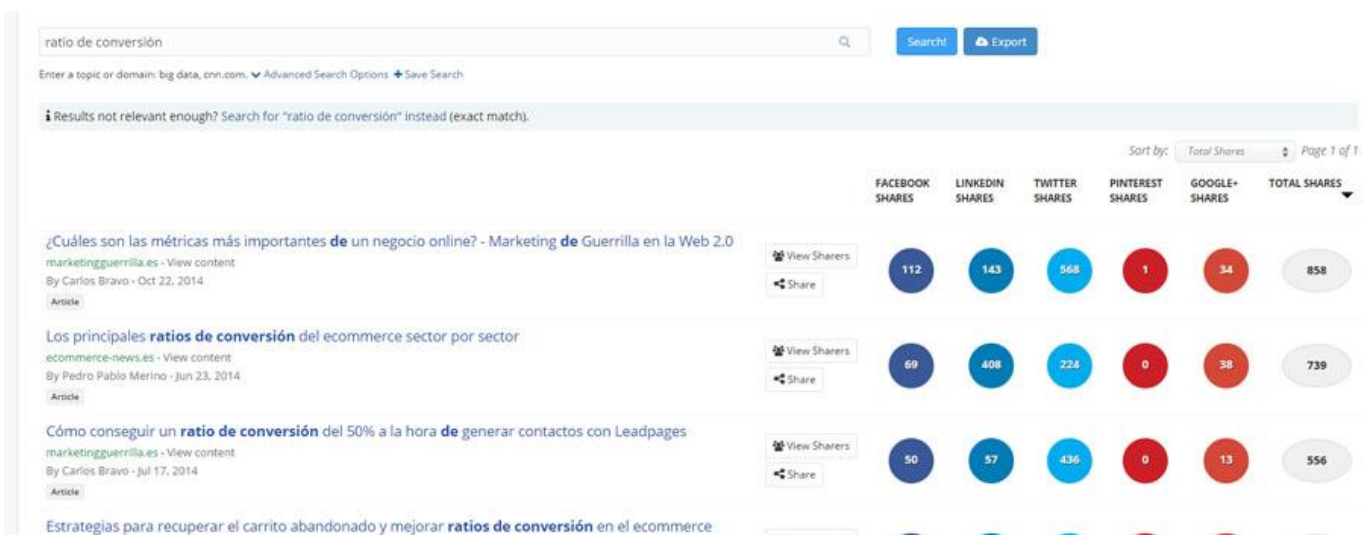
De esta forma tan sencilla puedes detectar por temáticas aquellos contenidos de interés para tu comunidad siempre y cuando esta esté bien definida.

Con todos estos pasos ya tenemos claro **qué tipo de contenidos interesan a nuestra audiencia** y habrás podido establecer conexiones para detectar aquellos términos o temáticas de los que deberías hablar a partir de ahora.

Paso 2: Utiliza BuzzSumo para encontrar el contenido viral

El primer paso es sin duda el más laborioso pero una vez has detectado aquellos términos que más te interesan **comienza la parte divertida**. Como hemos comentado al principio [BuzzSumo](#) es una herramienta muy útil para detectar en función de un término de búsqueda aquellos contenidos relacionados que más se han compartido en redes sociales.

En este ejemplo he utilizado la keyword "ratio de conversión" para ver que post sobre este tema han sido los más compartidos en redes sociales.



De forma muy visual puedes ver a la derecha el número de compartidos en cada red social. No se trata de copiar exactamente el titular de un post que ya ha tenido éxito, sino **intentar detectar patrones**. Tal vez para temas un tanto complejos las guías son los post más compartidos mientras que en otros casos tal vez funcionen mejor los post tipo lista.

En este caso concreto a los usuarios les preocupa principalmente 2 cosas sobre el ratio de conversión: métricas más importantes para medirlo y cómo mejorarlo. Es por ello que si quieres escribir sobre ratios de conversión y de ti escribiría sobre estas 2 cuestiones.

Una vez más te recomiendo que no tengas miedo al inglés pues los temas más populares son perfectamente extrapolables al castellano. Además, ten en cuenta que si te dedicas al marketing online, muchos términos son usados igualmente en castellano como en inglés como puedes ver a continuación.

plugins wordpress

Search! Export

Enter a topic or domain: big data, cnn.com. Advanced Search Options Save Search

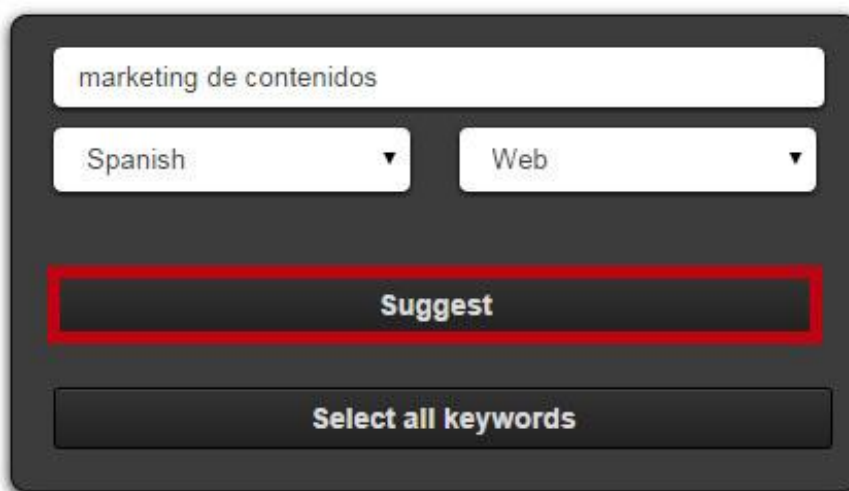
Results not relevant enough? Search for "plugins wordpress" instead (exact match).

Sort by: Total Shares Page 1 of 951

	FACEBOOK SHARES	LINKEDIN SHARES	TWITTER SHARES	PINTEREST SHARES	GOOGLE+ SHARES	TOTAL SHARES
Picotheme Themeforest Clone Script - WordPress apptheshop.com - View content By Marcus - Jun 21, 2014 Article	2,503	40	1,561	1,503	0	5,607
20 WordPress Plugins for a More Powerful Blog bufferapp.com - View content By Kevan Lee - Jul 14, 2014 Article	2,273	392	2,061	3	780	5,509
6 WordPress Plugins That Ensure Your Posts Look Good When Shared on Social Media socialmediaexaminer.com - View content By Kristi Hines - Feb 18, 2014 Article	1,341	428	1,919	168	535	4,391

Paso 3: Usa Ubersuggest para conseguir ideas

Si te interesa el mundo SEO seguramente conozcas ya la herramienta [Ubersuggest](#). Una opción muy útil para **trabajar los términos de cola larga** pero también para generar ideas a la hora de escribir. Tan solo tienes que escribir tu palabra clave principal en el cuadro de búsqueda, elegir el idioma y pulsar en el botón "Suggest".



Automáticamente la herramienta **busca en Internet para la palabra clave proporcionada todas las frases relacionadas** y te ofrece un listado enorme ordenado por orden alfabético. En este ejemplo yo he utilizado "marketing de contenidos" y puedo ver ideas para mi keyword más palabras que empiecen por la letra "c" y así para todo el abecedario.

↑ marketing de contenidos + c

- ⊕ marketing de contenidos curso
- ⊕ marketing de contenidos coca cola
- ⊕ marketing de contenidos chile
- ⊕ marketing de contenidos características
- ⊕ concepto marketing de contenidos
- ⊕ campaña marketing de contenidos
- ⊕ marketing de contenidos un cóctel de arte seducción y confianza
- ⊕ marketing de contenidos estrategias para atraer clientes a tu empresa
- ⊕ calendario marketing de contenidos
- ⊕ como hacer marketing de contenidos

Como ves es una forma muy sencilla de obtener cientos de ideas a la hora de escribir sobre un término que nos interesa.

Paso 4: Presta atención a los comentarios

Si algo da gusto a un blogger son los comentarios en su blog de gente realmente interesada en aportar y lo mejor de todo es muchas veces **estos comentarios nos dan pistas a la hora de generar contenido**. Muchos usuarios a los cuales les ha gustado por ejemplo un tutorial, suelen dar ideas para otro, ¿por qué no aprovecharlas?

Al mismo tiempo no está de más que eches un vistazo a webs de referencia en tu sector y sobre todo detectar a **personas expertas en la materia que comentan en otros blogs**. Si visitas los blogs de autoridad dentro de tu nicho puedes encontrar conversaciones muy interesantes con expertos que complementan otros post con consejos y su propia experiencia a través de los comentarios.

De estos comentarios, puedes sacar ideas muy buenas para escribir un post. Si bien no es una forma tan intuitiva de generar ideas para post de interés, siempre es una fuente a tener en cuenta.

Caso de éxito: Upworthy

Uno de los casos de éxito que más está sonando en Estados Unidos es el de [Upworthy](#), una web que gracias a la viralidad de sus contenidos ha crecido como la espuma. **¿Qué es lo que ha hecho exactamente Upworthy?** Si entras en cualquiera de sus publicaciones, básicamente vas a encontrar estos 3 factores:

- Titulares llamativos que despiertan la curiosidad
- Menos botones a la hora de compartir
- Vídeo corto emocional

Cómo generar títulos impactantes de forma fácil

Analizando todos los titulares llamativos de Upworthy es fácil sacar varias **plantillas a la hora de redactar los tuyos propios** y que pueden ayudarte a aumentar el número de visitas:

- Este vídeo de 2 minutos te enseñara cómo...
- ¿Cómo ganar _____ visitas en _____ días con un vídeo de 5 minutos?
- La única estrategia de _____ probada que funciona
- 10 trucos sorprendentes para conseguir más _____ en solo 15 días
- 7 formas de trabajar menos de _____ horas al día y ganar más de _____ euros

¿Realmente esta fórmula es aplicable a cualquier sector? Pues con un poco de imaginación sí. Si tienes un blog de marketing online como nosotros aquí tienes algunos ejemplos:

- La única estrategia de email marketing probada que funciona
- 10 trucos sorprendentes para conseguir más seguidores en solo 15 días

Optimizando los botones de compartir en redes sociales

Además de recurrir a titulares que llamen la atención en Upworthy se han dado cuenta que cuantos más botones sociales para compartir introducen, menor es su tasa de conversión. Han analizado sus estadísticas y han detectado las redes sociales que más les interesan para ofrecerlas a la hora de compartir a los usuarios. De esta forma, **centran el objetivo de forma mucho más clara y mejoran la participación de los usuarios**. Si entras a la web, solo te encontrarás estas dos opciones para compartir:



Otras páginas como **Mashable también han optado por este recurso**, ocultando el resto de redes sociales y destacando Facebook y Twitter.



Vídeos emocionales

Por si todo esto no fuera poco, además trabajan en la búsqueda **de vídeos relacionados con la noticia y con un alto componente emocional**. No tienen por qué ser simplemente tristes o alegres sino que también pueden ser motivadores o que remuevan un poco ese sentimiento de culpa cuando no hacemos algo que deberíamos. Este tipo de contenidos fomentan a la interacción por parte de tus usuarios.

¿Cómo puedo aplicarlo yo? Si lo piensas bien los casos de éxito suelen funcionar muy bien ya que inspiran a otras personas que quieren hacer lo mismo. Seguro que si quieres animar a alguien a emprender un negocio online o a convertirse en su propio jefe encuentras un vídeo

entre las charlas TED muy motivador. Este es solo un ejemplo, pero con portales como YouTube encontrar vídeos que puedan ser acordes a tu contenido es cuestión de paciencia.

Esperamos que esta guía te sea de utilidad para comenzar a generar contenidos en tu blog que se conviertan en virales captando la atención de los usuarios. Si te ha gustado esta ebook no olvides seguirnos a través de los diferentes medios donde tenemos presencia.

- [No sin mis cookies](#)
- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [Google Plus](#)
- [LinkedIn](#)
- [Pinterest](#)
- [Instagram](#)

