

## Referentes para el Inbound

### Contenidos en redes sociales:

Ejemplo:

<https://www.facebook.com/MercedesBenz>

Post continuos, periódicos, sobre las actividades de la empresa, textos temáticos sobre lo que ofrece. Va de la mano con la Gestión de Redes Sociales.

Puede ser en coordinación con alguien de la empresa que contrata o generación de contenidos por parte de Central Interactiva (CI), aunque definiendo los temas o puntos que pueden ser publicados.

Si se hace en coordinación con alguien de la empresa el costo del servicio es menor, porque en teoría la empresa nutrirá de información a CI, que a su vez utilizará de distintas formas y momentos.

\* El referente de costos ya debe tener una idea CI porque es algo que en momentos se ha manejado.

Si CI realiza contenidos partiendo de cero, investigando y desarrollando temas, el costo del servicio debe ser mayor porque la injerencia de la empresa contratante es menor, quizá sólo para autorizar ciertos materiales.

Aunque se debe aclarar que sin la colaboración en algún momento de la empresa será difícil sacar adelante el proyecto y más si el giro de la empresa es muy especializado.

### Blog dentro de página web (temático, noticias de la empresa, noticias generales):

Ejemplos:

<http://startraq.net/> - sobre la empresa

<http://grupodesisa.mx/blog/> - noticias del sector

<http://www.pasteleria-rivera.com.mx/blog/> - temático

Apartado distinguible en el sitio web, sea en el menú o con algún otro elemento gráfico que direcciona a un microsito o blog en el que se difundan los contenidos generados.

En este caso los contenidos serían generados por CI con cierto apoyo de la empresa contratante para determinar las temáticas y periodicidad de las publicaciones. Si es temático tiene que ver con lo que hace la empresa, lo que ofrece o las marcas que representa, es más lineal; si son noticias del sector se haría con base en un monitoreo de las noticias que se están publicando sobre esa industria o mercado, y si es sobre empresa se requiere una

retroalimentación por parte del contratante para poder tener materiales que sirvan como base para publicar en el blog.

Se debe tomar en cuenta la parte de diseño y sistemas para la optimización del micrositio o blog.

\*El costo dependerá del volumen de publicaciones, hay que tomar en cuenta que iniciando un blog las publicaciones deben ser constantes, por lo menos una diaria. De acuerdo al plan con cada cliente pueden ser una diaria, dos o tres; en un principio no considero recomendable más publicaciones. Un servicio de este tipo, independientemente del plan integral del Marketing Digital, oscila entre 3,000 a 8,000 pesos, dependiendo volumen de post y tipo de Blog.

### **Blog vinculado a una empresa o separado de la página web :**

Ejemplos:

<http://industriasesega.blogspot.mx/> - Sólo Blog

<http://ciaj.org.mx/blog/> - separado de la página web

Servicio similar al anterior, pero la diferencia es que la página web se deja intacta, sólo con la información básica de lo que hace la empresa y se genera un blog para reforzar temas, imagen de marca, posicionar a la empresa como un referente. De cualquier forma se vincula a la web o a las redes para mantener imagen homogénea y flujo de visitantes.

Generalmente un blog no vinculado a una página requiere más atención, más secciones e interacción para el éxito del mismo.

\* Los costos los ubicaría entre 5,000 y 10,000 pesos, dependiendo el cliente.

### **Boletines descargables en página web:**

Ejemplos:

<https://www.pfizer.com.mx/> - Con sala de prensa

<https://www.tipmexico.com/contactanos/suscribete> - con registro

Se genera un texto informativo que se puede difundir dentro de un espacio de la página web, incluso con compilado de los que se vayan subiendo. Se debe establecer una periodicidad para publicarlo, sea semanal, quincenal o mensual.

Hay que definir si el boletín es de información general, dirigido a medios o dirigido a clientes, más técnico, informativo o corporativo. Lo más funcional es un boletín con información de interés general para la industria en la que se mueve.

El realizará ese contenido con base en algún suceso, lanzamiento, evento o hasta entrevista con el personal de la empresa contratante, de algún cliente, etc.

\* El costo de este servicio al ser por periodos más espaciados puede oscilar entre 1,000 a 3,000 pesos por publicación, dependiendo la empresa.

## Boletín enviado a medios informativos, a clientes o de comunicación interna:

Ejemplo:

POSCO E&C comenzó la construcción de la mayor planta de energía de ciclo combinado de Panamá

— Construcción de una planta de energía de ciclo combinado (CCPP, por sus siglas en inglés) y un tanque de GNL por US\$650 millones

— Desde su ingreso a América Latina hace diez años, ha demostrado su tecnología de construcción de excelente calidad a través de US\$5.600 millones en contratos de plantas de energía

SEÚL, Corea del Sur, 16 de junio de 2016 /PRNewswire/ — POSCO E&C (cuyo Director Ejecutivo es el Sr. Han Chan-kun) comenzó la construcción de una planta de energía de ciclo combinado de 380Mw y un tanque de GNL de 180.000m<sup>3</sup> en la ciudad de Colón.

Foto - <http://photos.pnnewsire.com/prnh/20160615/380034>

El 26 de mayo POSCO E&C realizó su ceremonia de inicio de obras en el sitio de construcción ubicado en el complejo industrial Tefters de la ciudad de Colón, Panamá y comenzó con las obras de la CCPP Colón.

El proyecto CCPP Colón construirá una CCPP de GNL junto con un tanque de almacenamiento de GNL de 180.000m<sup>3</sup> para suministrar combustible a Colón, ubicada cerca de la entrada atlántica del Canal de Panamá, a unos 70km al norte de Ciudad de Panamá, capital de República de Panamá. Con un costo de construcción de US\$650 millones, la planta de energía estará finalizada en julio de 2018 y el tanque de GNL en mayo de 2019.

La CCPP Colón es la mayor de su clase en Panamá, con una capacidad de generación que permitirá que cerca de 300.000 hogares usen electricidad en forma simultánea. Una vez finalizada, la planta de energía proporcionará un suministro estable de electricidad al complejo industrial cercano al Canal de Panamá y al área de Colón.

"El proyecto es el resultado de los esfuerzos para sembrar confianza entre nuestros clientes de América Latina a lo largo de la última década", afirmó Han Chan-kun, Director Ejecutivo de POSCO E&C, haciendo hincapié en este importante aspecto del proyecto. "Para nosotros será una gran oportunidad de mostrar la tecnología de construcción de excelente calidad de E&C en todo el mundo".

En 2006, POSCO E&C ingresó al mercado latinoamericano de las plantas de energía por primera vez entre las empresas constructoras locales, con la construcción de una planta de energía a carbón (CFPP) en Ventanas, Chile, que fuera otorgada por AES. La compañía ganó sucesivamente los contratos de las CFPP de Campiche y Angamos en Chile, en 2007, y las CCPP de Kaijia y Chilca Uno en Perú, en 2009. Al alcanzar un total de US\$5.600 millones en América Latina a lo largo de los 10 años transcurridos desde su primera incursión en el área, POSCO E&C ha demostrado su tecnología de construcción de calidad a nivel mundial, a la vez que se esfuerza para consolidar su posición como uno de los principales protagonistas del mercado de plantas de energía en América Latina.

FUENTE POSCO E&C

Este boletín digital funciona como el anterior, a diferencia que no está en un sitio, sino que se manda a base de datos, generalmente a medios informativos, quienes lo reciben y publican en sus distintos canales.

Es funcional, pero se requiere generar una base de datos de medios y tener seguimiento con ellos para el éxito de la herramienta. También se debe definir una periodicidad, por lo regular mensual o bimestral.

El servicio tiene perspectivas en un futuro, pero por el momento veo más funcional el que se ubica en la web.

\* El costo debe ser mayor que el anterior por el trabajo de la base de datos. Puede oscilar entre 10,000 y 15,000 pesos por una campaña de 6 boletines.

## **Noticias en sitio web (de la empresa, temático o generales):**

Ejemplo:

<http://www.hinomexico.com/inicio.html> - De la Empresa

Servicio similar al del blog, cambia en realidad el diseño para el espacio destinado en la web para estas noticias. Pueden ser de la empresa contratante, entonces hay que coordinarse con alguien de la misma. También puede ser temático o generales y ahí podemos hacerlo más libremente en CI.

## **Newsletter enviado o descargable:**

Ejemplos:

<http://www.adidas.mx/>

<https://www.reviso.com/es/suscripcion-newsletter>

La suscripción es una buena opción porque así el cliente genera base de datos de quienes se están registrando para recibir el material.

A diferencia de un boletín, un Newsletter es un compilado de varias noticias, más cortas y directas que pueden tener vínculos a un blog o al sitio de noticias de la web para generar tráfico.

Se requiere un muy buen diseño y contenido atractivo para que sea funcional.

\* El costo supongo que debe estar como el boletín en sitio o elevarlo un poco más por el diseño.

## **Diversos contenidos:**

Ejemplos:

<http://blog.indoostrial.com/#sthash.BD2bDL6o.dpbs>

<http://www.loreal-paris.com.mx/ToolsandConsultations>

<https://www.basf.com/mx/es.html>

Combinación de contenidos con noticias, blog y boletín. También pueden generarse contenidos llamativos temáticos o generales para hacer un sitio más atractivo o que sea visitado periódicamente. Una buena opción son tips, consejos o manuales, materiales que realmente sirvan a la gente.

\* Este servicio sí es más personalizado y se tendría que ver en la marcha cuánto podría ser su costo.

## **Revista digital comunicación interna:**

Ejemplo:

<http://www.imer.gob.mx/wp-content/uploads/sites/36/cue28.pdf>

Un servicio más especializado, dedicado y más difícil de concretar, pero de ser así se tiene un proyecto de largo alcance.

Se trata de una revista (el número de páginas puede variar, no tiene que ser muy extensa, incluso puede ser un comunicado de 5 páginas bien desarrolladas). Lo publicado son contenidos de la empresa de interés o que aporten a sus trabajadores.

Es un servicio para empresas medianas y grandes, más estructuradas.

\* El costo dependerá de lo pactado con el cliente, pero sí debe ser considerable porque se utilizarían todos los recursos de CI en cuanto a diseño, sistemas y generación de contenidos.

## **Revista digital abierta:**

Ejemplos:

<http://canapat.org.mx/> - Del sector y la Cámara

[http://www.sgm.gob.mx/productos/pdf/aflora\\_enero08.pdf](http://www.sgm.gob.mx/productos/pdf/aflora_enero08.pdf)

Igual a la anterior, pero con la diferencia de que esta revista se deja abierta a un público general o especializado, cuya existencia se difundirá en los diferentes canales de la empresa contratante para que la revista se posicione por su contenido y sea de interés, con beneficios para la empresa por imagen de marca, tráfico y público fidelizado.