
Webinar breve

Cómo usar la plantilla de Contenido Central



¡Cómo están!

Mi nombre es Fernando.

Dirijo la agencia **Azotea** y
trabajo como Content Strategist



META 

30 minutos de webinar...

NO

Diseños, textos o sitios web terminados

VEREMOS

SÍ

Un proceso accionable para definir el contenido adecuado

VEREMOS

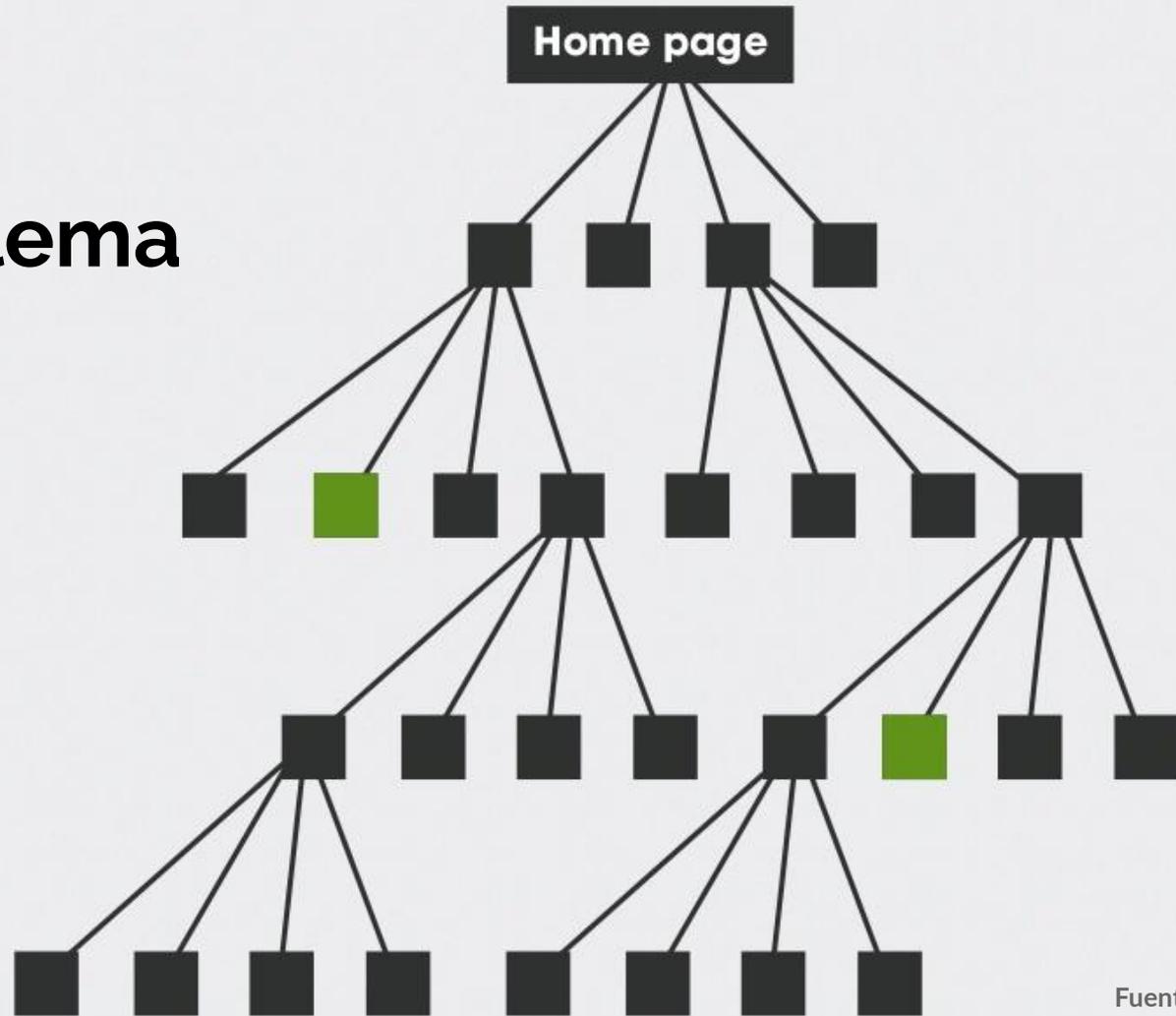
El Origen

- Todo viene de la metodología **Core Model**
- De la consultora noruega en UX: Netlife Research

Nosotros la adaptamos (o la robamos). Somos hackers. **Piratas del contenido**

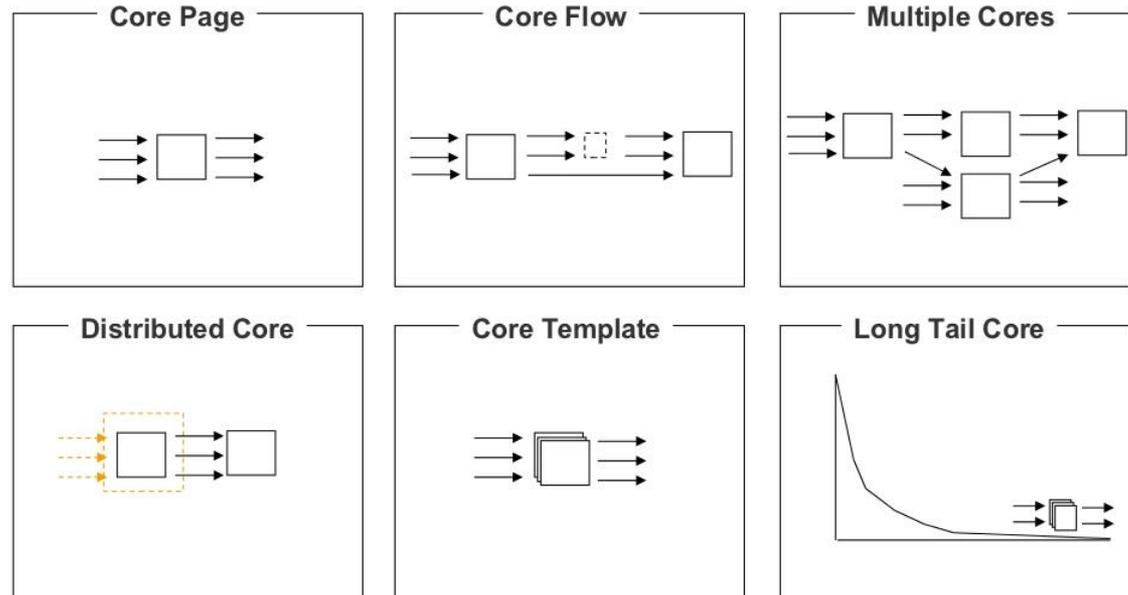


El Problema



La Solución

- Establecer **caminos**, no jerarquías.

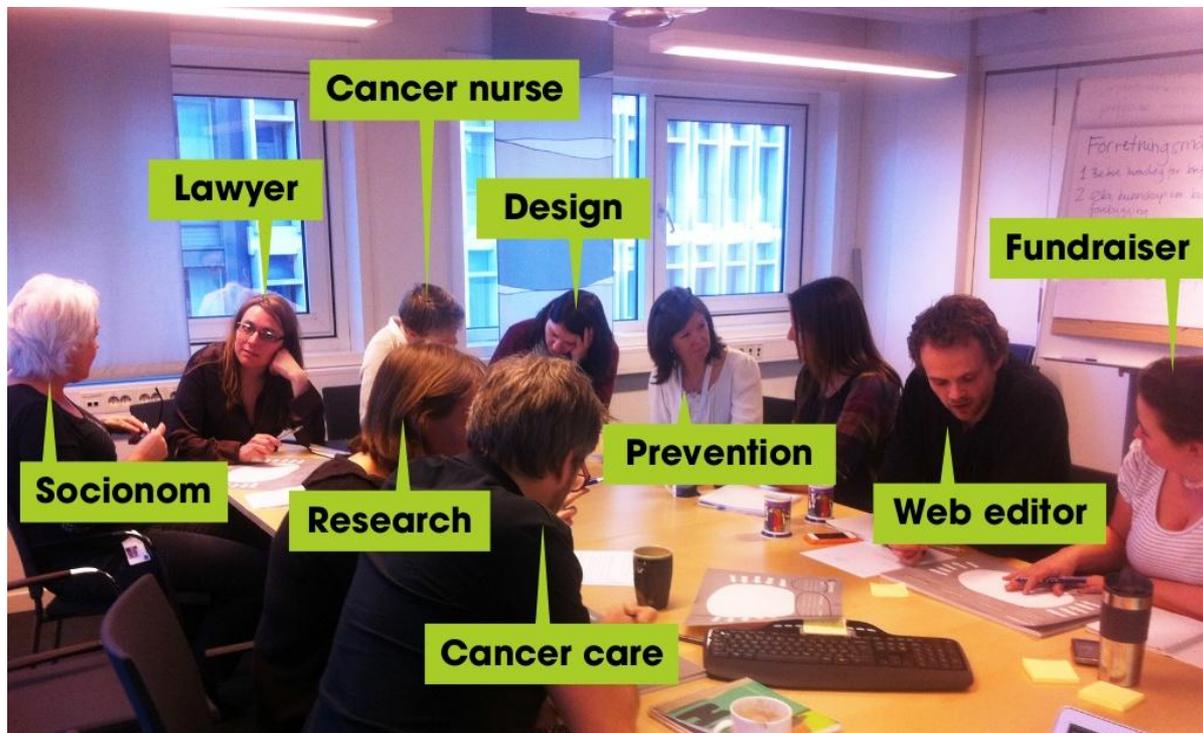


Core Model

Sitúa la **Arquitectura de la Información** como primer paso en la Experiencia de Usuario

¿Cómo se hace?

- Con un workshop donde estén todos los stakeholders
- Con la identificación de los objetivos del negocio y las tareas del usuario
- Con el reconocimiento de las páginas core
- Utilizando el lienzo del Core Model
- Con una sesión de 2-4 horas



Core page: _____

Business goals (achieve at least one)

.....
.....
.....
.....

User tasks

.....
.....
.....
.....

Inward paths

.....
.....
.....
.....

Core content

.....

Forward paths

.....
.....
.....
.....

Fuente: Netlife Research

Core page: *Form of cancer (example: "lung cancer")*

Business goals (achieve at least one)

Helping patients and their friends and family
Increasing knowledge about cancer & prevention
.....
.....

User tasks

Treatment of cancer
Symptoms of cancer
Preventing cancer
Cancer types

Inward paths

Googling "lung cancer"
Googling a symptom
Homepage?
"lung cancer" brochure

Core content

Symptoms first!
Make sure you go to the doctor, don't diagnose yourself from a website!

Not all cancer forms can be prevented. Risk factors and causes too, not just prevention efforts.



Survival rates

Forward paths

Cancer line
Prevention
Rights
NCS opinion on this subject

¿Content  First?

CONTENT THINKING

Contenido Central: encendamos la

Página principal _____

Tipo de usuario _____

Objetivos del negocio _____

Tareas del usuario _____

ENTRADAS	CONTENIDO CENTRAL	SALIDAS
		
		
		
		
		
		



Recomendado para:

Sitios web informativos, corporativos o de servicios.

Para empresas, startups, gobierno, banca o fundaciones.

(No tan) recomendado para:

Ecommerce o tiendas full dedicadas a producto/precio.

Ejemplo

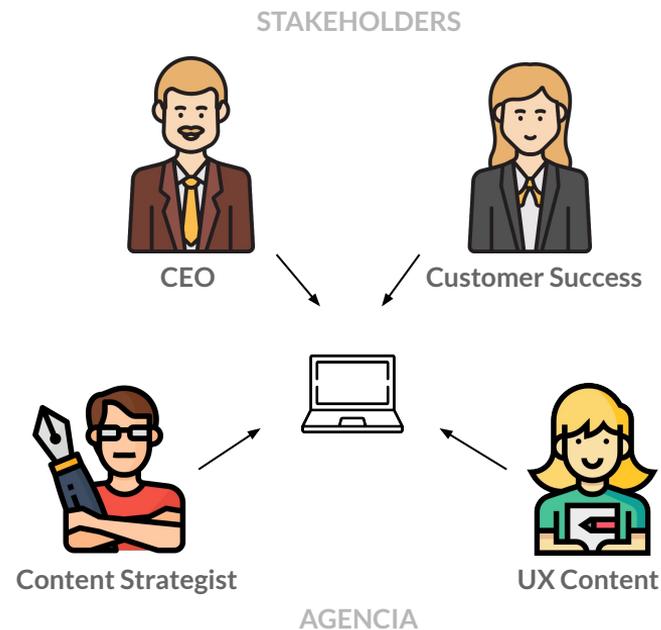
Empresa: (confidencial)

Rubro: capacitación y consultoría en IT

Proyecto: refrescar contenido del sitio web

Objetivo: posicionar nuevo curso

Método de trabajo: remoto



Paso 1

- ¿Cuál página vamos a trabajar?

(una sola y priorizada)

- ¿A quién se dirige el contenido?

(User persona, Buyer persona, Proto persona o audiencia específica)

PÁGINA PRINCIPAL

Home del sitio web de capacitación y consultoría en IT

Tipo de Usuario

Gerentes de Arquitectura, Arquitectos de Software, Gte. de Proyectos y profesionales vinculados al ciclo de vida del software en todo Latam, que desean ampliar o certificar sus conocimientos en DevOps. Valorán la práctica antes que la teoría.

Paso 2

- ¿Qué quiere lograr la empresa?

(organizar las ideas del cliente para esa página)

- ¿Qué espera conseguir el usuario?

(al menos una tarea real e investigada)

Objetivos del Negocio

- Difundir el nuevo curso online y certificación en DevOps

- Generar contactos y leads calificados para el proceso de venta

Tareas del Usuario

- Revisar descripción y temario del curso-certificación

- Conocer requisitos, fecha, idioma del curso y experiencia del instructor

- Consultar valor y/o Inscribirse

Paso 3

- ¿Cómo llegar al Contenido Central?

Triggers, campañas u otros elementos.

- Google/SEO
- SEM y campañas de pago
- Redes sociales
- Otra web o sección del sitio
- Blog
- Email marketing
- Brand PR



Paso 4

- ¿Cuál es la mejor solución de contenido?

Aquí ocurre la magia...

Se deben cumplir los objetivos de negocio y las tareas del usuario con contenido útil, conciso y funcional para la navegación (piensa en los caminos de entrada y salida).

CONTENIDO CENTRAL

The diagram illustrates a central content layout for a course. At the top right, there are icons for a mobile phone and an envelope. The main title is "Curso práctico DevOps + certificación GTD". Below it is the text "Descripción breve y público objetivo". A curved arrow points from this text to the text "Ficha técnica del curso (usar íconos)", which is annotated with "Agregar Link al Brochure". Below this are two buttons: "Más información" and "Inscríbete". Further down is the section "Testimonios de alumnos" with three smiley face icons. At the bottom left is the text "Partners", and at the bottom right is the text "Agregar LinkedIn".

Curso práctico DevOps + certificación GTD

Descripción breve y público objetivo

Ficha técnica del curso (usar íconos) **Agregar Link al Brochure**

Más información Inscríbete

Testimonios de alumnos

Partners

Agregar LinkedIn

Estas preguntas te ayudarán

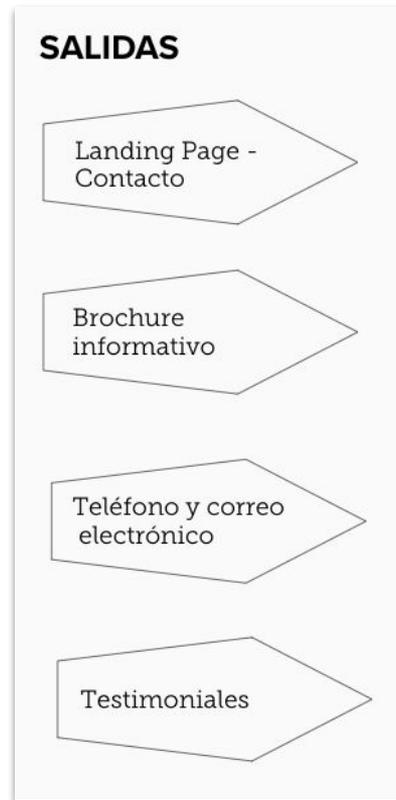
1. Quiénes son tus usuarios o audiencia principal?
2. Qué necesidad o tareas cubres con tu contenido?
3. Para cuál objetivo de negocio?
4. Cómo se encontrará y utilizará este contenido?
5. Por qué el sitio web es el canal adecuado?

Paso 5

- ¿Qué vienes después del CC?

Call to Actions, links o acciones complementarias.

- Landing Page
- Formulario
- Otra web o sección del sitio
- Reviews, rating o wishlist
- Carro de compras
- Material descargable
- Encuesta (NPS)



¡Y listo! Ya está en Mural

PÁGINA PRINCIPAL

Home del sitio web de capacitación y consultoría en IT

Tipo de Usuario

Gerentes de Arquitectura, Arquitectos de Software, Gte. de Proyectos y profesionales vinculados al ciclo de vida del software en todo Latam, que desean ampliar o certificar sus conocimientos en DevOps. Valoran la práctica antes que la teoría.



Objetivos del Negocio

- Difundir el nuevo curso online y certificación en DevOps
- Generar contactos y leads calificados para el proceso de venta

Tareas del Usuario

- Revisar descripción y temario del curso-certificación
- Conocer requisitos, fecha, idioma del curso y experiencia del instructor
- Consultar valor y/o Inscribirse

ENTRADAS

Google: cursos online, Devs

Sitio web del partner

Webinar

LinkedIn de empresa

CONTENIDO CENTRAL

Curso práctico DevOps + certificación GTD

Descripción breve y público objetivo

Ficha técnica del curso (usar íconos)

Agregar Link al Brochure

Más información

Inscríbete

Testimonios de alumnos



Partners

Agregar LinkedIn

SALIDAS

Landing Page - Contacto

Brochure informativo

Teléfono y correo electrónico

Testimoniales

Último ejemplo

Empresa: Rajobs

Rubro: App de facilities

Proyecto: copywriting para landing

Objetivo: posicionamiento y descargas

Método de trabajo: presencial-remoto

¡No olviden Mobile!



Ventajas del Core Model

- Es fácil, barato y muy flexible
- En una única sesión te ahorras muuucho feedback e iteraciones
- El contenido surge de manera colaborativa y 100% funcional
- Ayuda a alinear posiciones y expectativas (validación temprana)

Si tienes dudas, ¡escíbeme!

fernando@azotea.cl

PROPÓSITO

**Difundir, liberar y compartir
todo tipo de contenido valioso**

¡Momento de los regalos!

- Plantilla en todos los formatos:
JPG, PDF y AI
- Lienzo en Mural para trabajar colaborativamente en tus proyectos

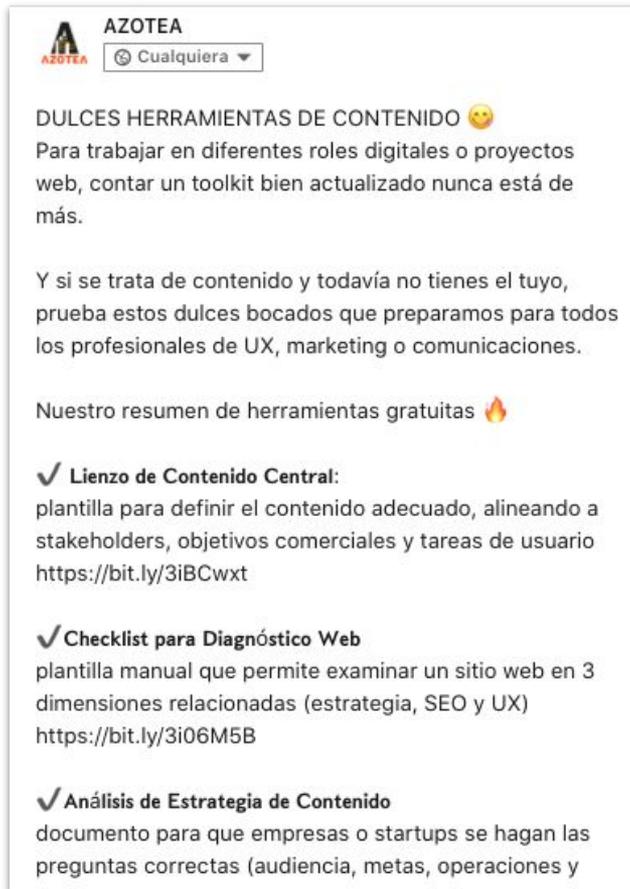
(te enviaré todo por correo, no te preocupes....)

¿Más herramientas?

Ingresa al perfil de **AZOTEA**

en LinkedIn (dale 👍) y

encontrarás nuestro post 



AZOTEA
Cualquiera

DULCES HERRAMIENTAS DE CONTENIDO 😊
Para trabajar en diferentes roles digitales o proyectos web, contar un toolkit bien actualizado nunca está de más.

Y si se trata de contenido y todavía no tienes el tuyo, prueba estos dulces bocados que preparamos para todos los profesionales de UX, marketing o comunicaciones.

Nuestro resumen de herramientas gratuitas 🔥

- ✓ **Lienzo de Contenido Central:**
plantilla para definir el contenido adecuado, alineando a stakeholders, objetivos comerciales y tareas de usuario
<https://bit.ly/3iBCwxt>
- ✓ **Checklist para Diagnóstico Web**
plantilla manual que permite examinar un sitio web en 3 dimensiones relacionadas (estrategia, SEO y UX)
<https://bit.ly/3i06M5B>
- ✓ **Análisis de Estrategia de Contenido**
documento para que empresas o startups se hagan las preguntas correctas (audiencia, metas, operaciones y

Hasta la próxima :)

Agencia Azotea - Octubre 2020
