

A grayscale photograph of an astronaut in a full space suit, including a helmet with a visor, working inside a tent-like structure. The astronaut is leaning over a table, focused on preparing food. On the table are various items: a large metal cup, a smaller cup, a bottle, and some food containers. In the background, there are potted plants and a view of a desolate, mountainous landscape, possibly a lunar or Martian surface. The overall atmosphere is one of isolation and self-sufficiency in space.

TAILOR MADE CONTENT

by

The logo for 'agrowner' features the word in a lowercase, teal-colored, sans-serif font. A small white icon of a plant sprout with two leaves is positioned above the letter 'a'. A white chevron symbol points to the right, following the end of the word.

AGROINDUSTRIAL GROWTH

En agrowner creamos contenidos a la medida, con alta calidad, relevantes y atractivos que impacten a tu audiencia e influya efectivamente en tu mercado.

Aplicando una metodología comprobada que hace uso de herramientas de inteligencia artificial y data, nos aseguramos que el contenido generado horme a la medida justa de tu público.

Algunas compañías que ya aplican esta estrategia:



» ¿Cómo lo hacemos?

Estrategia de contenidos basados en data.

Creación de Contenido basado en insights, optimización y distribución.

Comprensión del mindset de tu audiencia para influir según sus intereses.

Gestión estratégica de contenido empresarial.

agrowner >
AGROINDUSTRIAL GROWTH

» En qué se basa la **estrategia de marketing de contenidos** construida sobre datos

¿Qué están haciendo los mejores de la industria en el mundo?

¿De qué hablan los contenidos más exitosos del mundo?

¿Qué está buscando la audiencia en Colombia? (Análisis para SEO)

¿Qué características tiene el contenido que se hace en la región objetivo?

¿Cuál es el contenido más exitoso de la categoría en el mundo?

¿Cómo está escrito el contenido más exitoso?

¿Quiénes están haciendo contenido de la categoría en la región objetivo?

Estrategia

Definición del territorio de contenido de la marca, las verticales de contenido, los temas de cada vertical, su referentes y su mapeo en las secciones del hub*, formatos, frecuencia y keywords.





Tenemos una **solución integral** para **influenciar** a las audiencias implementando el **Marketing de Contenidos**

1 | Insights y Tendencias de contenido.

2 | Producción de contenido.

3 | Optimización de contenido.

4 | Distribución de contenido.

Soportamos todos nuestros procesos con **Inteligencia Artificial**





Nos hemos propuesto eliminar la adivinación en la planificación mensual de contenidos.

Sabemos que encontrar contenidos nuevos y relevantes es una de las principales preocupaciones en el marketing de contenidos. Por esto, desarrollamos un **reporte de insights y tendencias** a través de la plataforma True Content, que nos permite tomar estas decisiones basadas en datos concretos, logrando así crear contenidos atractivos y eficaces para nuestros clientes.

Reporte de Insights & Tendencias

Monitoreamos los contenidos exitosos

¿Cuáles son los temas y subtemas de los contenidos más exitosos de la categoría en el último mes?

¿Qué contenido está generando mayor enganche?

¿Cuáles son las preguntas y las keywords más buscadas por su audiencia en el último periodo?

Analizamos los medios Relevantes

¿Cuáles son los temas y subtemas de los contenidos que están publicando los medios que le hablan a la audiencia?

¿Cuál es el contenido más relevante publicado en este periodo de tiempo?


¿Qué palabras clave se usan en los contenidos más atractivos?

Lo mantenemos al tanto de sus competidores

¿Cuáles son los temas y subtemas de los contenidos publicados por sus competidores?

¿Cómo se desempeña el contenido publicado por sus competidores?

¿Qué palabras clave (no relacionadas con la marca) están enviando tráfico a sus competidores en lugar de a su marca?

- 
- 1 | Qué está sucediendo en la categoría en el mundo y en Colombia
 - 2 | Qué contenido publicar para generar mayor enganche
 - 3 | Qué contenido generar para posicionarse como experto en la categoría
 - 4 | Qué formatos, palabras clave y temas usar para el contenido del mes



Nos hemos propuesto eliminar la adivinación en la planificación mensual de contenidos.

Reporte de Insights & Tendencias

Desarrollado por True Content®

Construimos su audiencia general

¿Cuáles son los temas del contenido más relevante para su audiencia?

¿Qué contenido está compartiendo su audiencia?

¿Con qué contenidos se engancha su audiencia?

¿Cuáles son las preguntas y las palabras más usadas por su audiencia?

Analizamos los medios relevantes*

¿Cuáles son los temas de los contenidos más atractivos del periodo?

¿Cuál es el contenido más relevante publicado en el periodo?

¿Qué palabras clave se usan en los contenidos más atractivos?

Analizamos sus clientes/prospectos

¿Cuáles son los temas de los contenidos compartidos por sus clientes?

¿Qué palabras están usando sus clientes para comunicarse con su audiencia?

¿Qué contenido comparten y utilizan los tomadores de decisión de las empresas objetivo?

Lo mantenemos al tanto de sus competidores*

¿Cuáles son los temas de los contenidos publicados por sus competidores?

¿Cómo se desempeña el contenido publicado por sus competidores?

¿Qué palabras clave (no relacionadas con la marca) están enviando tráfico a sus competidores en lugar de a su marca?

Asesoramiento experto

Nos guiamos por expertos para producir contenido de alta calidad que sea relevante e interesante para el público objetivo.

Alineación con la marca

Nos apoyamos en entrevistas y en el conocimiento del cliente para alinear la estructura del contenido con la esencia y objetivos de la marca.

Búsquedas clave (SEO)

Involucramos en el contenido los keywords y preguntas que permiten mejorar su posicionamiento en Google.

Periodistas de su industria o similares

Usamos periodistas de nuestro equipo con trayectoria en su industria, o industrias similares, para construir la investigación y estructurar los contenidos.

Nuestro contenido con influencia

- Con la **experticia** requerida
- **Relevante** para el público
- Debidamente **investigado** y con los **Keywords indicados**



» Optimización de contenido

La optimización de contenido a través de True Content permite evaluar si el contenido producido cumple los estándares establecidos en la estrategia.

¿El contenido está optimizado para SEO?

- Usamos nuestra metodología “Snowball SEO” para determinar los tópicos principales que debe cubrir el contenido para posicionarse en Google.
- Evaluamos si el contenido ayuda a culminar el search journey del usuario.

True
Content®

¿El contenido está alineado con la marca?

- Entendemos y ajustamos el tono de los contenidos antes de publicarlos.
- Determinamos el sentimiento del contenido para entender si está alineado con el sentimiento de la marca.
- Identificamos el nivel de lecturabilidad del contenido para entender si está alineado con la audiencia.

¿El contenido está bien estructurado?

- Determinamos si hay incidencias de posible plagio para que haya una correcta citación de fuentes.
- Identificamos si el contenido está bien estructurado para consumo digital.



» Distribución nativa de contenido

Ubicamos links con titulares cautivantes en las principales publicaciones digitales. El usuario visualiza estos links en las secciones de recomendación del medio y se direcciona a consumir el contenido en la página de la marca.



Ejemplo de los medios globales en donde los contenidos podrían distribuirse:



» En AGROWNER persuadimos a su audiencia

¿Qué pasaría si tuviera la habilidad de dar forma a la conversación y persuadir a su audiencia de manera que esté alineada con los objetivos de negocio? **Ese es el poder que le ofrecemos**

**METODOLOGÍA
COMPROBADA**
que genera
contenido de
impacto

**DISTRIBUCIÓN
PRECISA**
la audiencia
correcta en el
momento
correcto

EL PODER DE LA
INFLUENCIA

**INTELIGENCIA
ARTIFICIAL**
que predice el nivel
de enganche

DATA INSIGHTS
que conducen a un
mejor contenido



» Beneficios al influenciar a la audiencia a través de contenidos

1

Ayuda a vender más.

Mueve el potencial cliente a través del proceso de compra:

- Investigación
- Consideración
- Decisión

2

Permite controlar la conversación.

Expone a la audiencia los puntos de valor que favorecen a la marca.

Ejemplo: si vendemos computadores por ejemplo podemos orientar al comprador hacia la importancia de la memoria, poder de procesamiento o aquellas características que ayudan al proceso de venta.

3

Posiciona a la marca como experta.

Responder a las inquietudes de la audiencia permite que la marca se posicione en la mente del cliente como experto en su industria.

4

Tiene un retorno incremental.

El contenido queda posicionado en google y lleva tráfico orgánico durante años.

Ejemplo: Un artículo de hace un año todavía le lleva más de 1.000 visitas orgánicas al mes a uno de nuestros clientes.

5

Fideliza a la audiencia.

Ayuda a mantener vivo el vínculo con la marca, afianza la relación y mantiene los productos y servicios en el **top-of-mind**.

6

Incrementa la efectividad del plan de marketing.

El contenido es un potenciador de la efectividad de iniciativas de marketing tradicional, digital, eventos y ferias, BTL, PR, entre otras.



» FAQs de la propuesta

¿Qué hace diferente a Agrowner?

Nuestra tecnología y metodología. Nos especializamos en usar la data para tomar las decisiones de contenido y así generar las piezas con mayor probabilidad de enganche. Para ello hemos desarrollado algoritmos de Inteligencia Artificial que nos permite identificar los mejores contenidos, sus características y los temas principales de interés de su audiencia.

¿Quién es el dueño de los contenidos?

Ustedes son los dueños de los contenidos y tienen todos los derechos de autor sobre ellos.

¿Qué debo proporcionar para la ejecución del proyecto?

- Acceso al *google analytics* y al *google search console* de la empresa.
- Descripción y presentación de los productos que vamos a abordar.
- Acceso a expertos de la empresa para la construcción de las piezas.

¿Cómo medimos el éxito del proyecto?

Hay muchas formas de medir la ejecución. Por ejemplo:

- Visitas totales a los contenidos producidos durante el año.
- Visitas orgánicas a los contenidos producidos.
- Tiempo promedio en página de los contenidos.
- Número de marketing qualified leads que se genera a partir del contenido.
- Domain authority del website a medida que se van cargando los contenidos al site.

¿Cómo nos involucramos en el proceso del día a día?

Todos los meses nos reunimos en un comité editorial donde llevamos nuestro informe de insights y tendencias para determinar los contenidos a producir en el próximo mes. Posteriormente ustedes revisan, retroalimentan y aprueban los contenidos.





¡Gracias!

-  Carrera 12 # 16 - 61 Piso 4
Centro, Bogotá
-  +57 313 8345588
-  www.agrowner.com
-  henryf.sanabria@agrowner.com

@agrownersas

