



PR, SEO y marketing de contenidos: el tridente perfecto para una buena comunicación estratégica

Ciudad de México a 19 de mayo 2022.- En el mundo existen **4.950 millones de personas que utilizan internet**, de acuerdo con la edición 2022 del estudio [Digital 2022](#) de We Are Social y Hootsuite, lo que representa al 62.5% de la población mundial (7.910 millones de personas), y todos ellos buscan y consumen información digital de forma diferente. Esta es una oportunidad inmejorable para muchas marcas, ya que aquellas que tengan la mejor fórmula para abarcar la mayor parte de esta audiencia, lograrán el éxito en la red mundial.

Adquirir relevancia en internet no es una tarea simple en la actualidad, especialmente por el crecimiento y la fluctuación de datos que llega a cada segundo, esto sumado a la enorme generación de contenidos, el nivel de competencia por las *keywords* y la especificidad de las estrategias de marketing digital.

“Puede ser que, aunque tengamos las herramientas necesarias para llegar a una cantidad más grande de público, en ocasiones las estrategias de alcance no sean las más efectivas, probablemente porque se hacen de forma aislada unas de otras, es decir, haciendo un plan separado de relaciones públicas, otro de contenidos, otro de digital o social media, etc,” establece Martina Dapena Garay, Regional Leader Southern Cone en [another](#), agencia independiente de comunicación estratégica.

¿Qué vemos aquí? De primera impresión, se resalta la importancia de crear sinergia entre áreas, y no visualizarlas como separadas. Un dicho muy popular establece que “la unión hace la fuerza”, con esto en mente, compartimos cómo se pueden unir tres elementos fundamentales para generar una campaña poderosa de comunicación: **la estrategia de relaciones públicas, el content marketing y la optimización de motores de búsqueda o estrategia SEO.**

¿Cómo se conjunta el tridente de la comunicación estratégica?

Para construir campañas o estrategias de valor alto se necesitan tres puntos relevantes: historias atractivas que den mayor alcance (**Content Marketing**), aparecer en el momento y lugar adecuados (**SEO**) y una difusión efectiva con los medios correctos (**PR**), es así que, un buen *storytelling*, con técnicas optimizadas de *keywords* y un posicionamiento en medios Tier 1 o hasta 2 resultará, invariablemente, en la alineación exitosa de tres herramientas básicas en la comunicación.

Entendiendo la simbiosis del tridente

“Con demasiada frecuencia, las marcas tratan el alcance de las relaciones públicas, el contenido y el SEO como áreas individuales en lugar de organismos correspondientes que se complementan para lograr el éxito de las estrategias de comunicación para contribuir en los objetivos de negocio. En [another](#), estamos apostando por una integración total de nuestras áreas de servicio a fin de brindar un servicio 360 que saque lo mejor de cada una, comprendiendo su funcionamiento y sabiendo aplicarla en cada industria,” comenta Dapena Garay.

another

- **¿Por qué PR necesita marketing de contenidos?** Para que una empresa desarrolle relaciones benéficas con los clientes y las audiencias, necesita contenido que resuene con las personas y comunique adecuadamente un mensaje de marca consistente, lo que podría generar oportunidades de relaciones públicas más allá de su lista de distribución inmediata.
- **¿Por qué PR necesita SEO?** La labor de SEO mejora la clasificación del sitio web de tu empresa en los resultados de búsqueda en línea; el contenido optimizado para palabras clave puede ayudar a atraer la atención de los medios hacia la marca y ayuda a éstos a posicionarse mejor en Google gracias a los contenidos de la marca.
- **¿Por qué el marketing de contenidos necesita PR?** Las relaciones públicas establecen una base de confianza para una marca. Entonces, a medida que tu empresa genera y distribuye su contenido de marketing, la percepción pública construida a través de las relaciones públicas otorga credibilidad a tus mensajes de marketing. Por otra parte, las relaciones públicas son esenciales para difundir los mensajes de marca y posicionarlos en los medios más efectivos.
- **¿Por qué el marketing de contenidos necesita SEO?** No importa qué tan espectacular sea el sitio web de una marca o el contenido de su blog, no puede convertir *leads* en clientes si la gente no lo ve. Es por eso que el SEO ayuda a garantizar que el contenido se encuentre en las búsquedas en línea, lo que lleva a más clientes potenciales a un sitio o un blog.
- **¿Por qué SEO necesita relaciones públicas?** Los esfuerzos de relaciones públicas pueden generar menciones en las redes sociales y enlaces a tu sitio web desde fuentes confiables como los medios de comunicación. Porque los vínculos de retroceso de calidad y las menciones sociales se encuentran entre los principales factores de clasificación de Google, y tu empresa podría experimentar un impulso de SEO. Aparte de los factores de clasificación, la exposición adicional en sí misma puede generar más tráfico a tu sitio web.
- **¿Por qué SEO necesita marketing de contenidos?** Cuando una marca tiene contenido constante de alta calidad, los resultados de SEO mejorarán. Recuerda que Google tiene en cuenta las menciones sociales cuando clasifica los sitios en las páginas de resultados de los motores de búsqueda.

Competir con fuerza en el mundo digital requiere de mantener la sinergia con el tridente de relaciones públicas, marketing de contenidos y SEO. Es cierto que cada elemento de esta fórmula tiene su fuerza por separado, pero juntos son mucho más poderosos cuando se alinean para el bien común. [another](#) cuenta con estrategias sólidas de posicionamiento a través de estas tres piezas clave y te invita a conocerlas.