El blog de Cyberclick, considerado como el mejor blog de Marketing Digital de 2022

- Ditrendia ya ha desvelado cuáles han sido los blogs mejor valorados en 2022
- Numerical Blog, el blog de Cyberclick, encabeza el ranking con 31 puntos

Barcelona, 22 de Febrero de 2023. Cyberclick está de celebración, su blog sobre marketing digital y publicidad online ha logrado liderar el ranking anual que Ditrendia publica con el compendio de los mejores blogs del año. En 2022, Numerical Blog, el blog de Cyberclick, ha sido reconocido por aportar valor a la comunidad marketera, con una puntuación total de 31,05 puntos.

"Llevamos más de una década trabajando en la estrategia del blog para que nos ayude tanto al posicionamiento de marca como al posicionamiento SEO, pero siempre con el foco puesto en aportar valor a nuestros usuarios. Creemos en el método científico aplicado al marketing digital, de ahí la creación del concepto Numerical Marketing o el nombre que lleva nuestro blog: Numerical Blog", apunta Laia Cardona, quien lidera la estrategia de marketing de Cyberclick.

El blog de Cyberclick comparte todas las novedades relacionadas con el mundo del marketing, la publicidad y las ventas digitales. Muchos de sus artículos se acompañan con infografías, descargables o ebooks que permiten ampliar y profundizar el contenido. Además, Cyberclick cuenta también con un videoblog, que pronto llegará a los 250.000 suscriptores, donde cada semana se comparte contenido educativo sobre conceptos clave del marketing digital, así como tendencias y casos de éxito para formar y acompañar a toda la comunidad de marketers.

El ranking de Ditrendia reconoce los mejores blogs de marketing digital basándose en cuatro grandes conceptos, Popularidad, Comunidad, Calidad y Vitalidad, que a su vez están compuestos por una serie de indicadores. Todo ello con el objetivo de compartir con la comunidad las mejores fuentes y contenido para estar al día en materia digital. Ditrendia también reconoce el trabajo de InboundCycle (spin-off de Cyberclick) que ocupa el segundo lugar del ranking, seguido de Think with Google, HubSpot y Calvo con Barba, que cierran el top 5.

Contar con una buena estrategia de contenido para **blog** puede aportar numerosos **beneficios a las marcas**, por ejemplo:

- **Posicionamiento en buscadores:** un blog corporativo es una herramienta poderosa para mejorar la visibilidad y el posicionamiento web y es una pieza fundamental en tu estrategia de SEO. La clave ahora radica en conocer la intención de búsqueda más que centrarse en posicionar un listado de palabras clave. Los algoritmos de Google se han vuelto cada vez más sofisticados a la hora de interpretar las consultas de búsqueda, por lo que las palabras clave relacionadas, la intención y la semántica juegan un papel muy importante en los resultados que se muestran. Además, contar con una buena autoridad de blog fomenta que los buscadores nos posicionen mejor.

- **Visibilidad de marca y reputación online:** cada vez que publicas un artículo en tu blog, generas una oportunidad de que un potencial cliente encuentre tu marca cuando navegue por internet. Aunque tus lectores no estén suscritos al blog, pueden encontrar artículos que hayas publicado cuando realizan sus búsquedas. En este sentido, es recomendable incluir videos en los artículos porque te ayudará a posicionar y favorecerá la visibilidad de tu marca. Un blog profesional es un activo de marketing fundamental que, a largo plazo, te ayudará a atraer tráfico a tu web y a posicionarte como un referente en tu sector.

- **Crear comunidad y conocer mejor a tu Buyer Persona**: lanzar preguntas en tus artículos y habilitar la sección de comentarios te permite conocer mejor la opinión de tus lectores y fomenta la interacción con ellos. De esta manera, tu empresa se muestra más accesible y humana, se genera vínculo entre marca y usuario y se fomenta el

sentimiento de pertenencia. Un blog, al final, es un canal más de comunicación con tu audiencia.

- **Fidelización y generación de leads**: un blog de empresa puede ayudarte a nutrir tu base de datos de potenciales clientes. Existen numerosas estrategias para facilitar que tus lectores compartan sus datos, desde el lanzamiento de un descargable o un ebook hasta la participación en el webinar, pero siempre es importante que aportes contenido de valor, útil y relevante a tus usuarios.

- **Fuente de contenido para otros canales corporativos**: en tu estrategia de blogging es fundamental equilibrar el tipo de contenido que ofreces: un blog de marca debe ofrecer, sobre todo, contenidos evergreen, pero también incluir artículos de producto y artículos de actualidad. Todos ellos, no obstante, te pueden servir como punto de partida para generar contenido para otros canales corporativos, como las redes sociales y los videos de tu canal de YouTube, siempre teniendo en cuenta el estilo y los formatos comunicativos propios de cada canal.

Sobre Cyberclick
Somos una empresa tecnológica especializada en marketing digital y datos con más 20 años de experiencia en el desarrollo de estrategias orientadas a resultados y optimización de campañas de publicidad online.
Acompañamos a nuestros clientes en la creación de estrategias de adquisición en cualquier etapa del embudo de conversión, desde una perspectiva científica, analítica e innovadora.
En Cyberclick contamos con equipos especializados en las distintas áreas del marketing digital: SEM, Email Marketing, Social Ads, Inbound Marketing, Branded Content, Video Marketing, Publicidad Nativa, Data Science, CRM y Marketing Automation.
Además, queremos demostrar que la excelencia solo es posible con un equipo de personas felices. Cyberclick fue considerada, durante dos años consecutivos, como la mejor empresa para trabajar en España, según Great Place to Work. Es la única empresa española premiada en los WorldBlu Awards por su cultura empresarial.

Contacto de prensa
Tanit de Pouplana
tpouplana@cyberclick.net
(+34) 93 508 82 34 / 619 65 44 44