

Web de contenidos

El centro del ecosistema digital



Introducción

Las webs de contenidos se han convertido en una carta de presentación fundamental para cualquier marca. Antes, eran simplemente una extensión de otros materiales de marketing, como catálogos o *banners*. Sin embargo, en la actualidad, son el primer punto de contacto con un potencial cliente, ya sea que lleguen a través de redes sociales o buscadores como Google.

Por lo tanto, la web debe trascender la función de un simple catálogo y convertirse en un espacio donde se transmita el propósito, la cultura y la misión de la marca. Es crucial que sea un lugar donde se muestren las propuestas de valor de manera clara y efectiva, con el objetivo de generar conexiones con los mercados y facilitar transacciones.

Aunque no todos estos contactos necesariamente se traducen en transacciones comerciales directas, es esencial que la marca conecte con ellos a través de la narración de historias y la oferta de soluciones a sus necesidades.

Además, también juega un papel importante en el establecimiento de relaciones con los *stakeholders*. La web le permite a una marca ir más allá de la transacción comercial y convertirse en un aliado en la realización de proyectos y la resolución de problemas.

En MU Marketing & Content Lab nos enorgullece haber colaborado en proyectos donde abordamos los diversos desafíos y preocupaciones de las audiencias de nuestros clientes. Esta presentación es una oportunidad para destacar algunos de ellos, ilustrando cómo hemos trabajado para resolver dolores específicos.

Espero este material sea de utilidad y considere contar con nuestro apoyo.



César A. Meza Mont
CEO y Director de Marketing Estratégico
MU Marketing & Content Lab

Relevancia de los *hubs* de contenidos

Contar con **hubs de contenidos** es fundamental para la estrategia de marketing digital de las marcas en la actualidad. Estos espacios -que se encuentran en una zona determinada de la web y abordan una temática específica- ayudan a las marcas a destacarse como autoridades en su campo y fortalecer su posicionamiento como líderes de opinión.

Los *hubs* de contenido representan mucho más que simples plataformas digitales; son espacios dinámicos de encuentro para las marcas y su audiencia en un nivel más profundo. Por ello, cada elemento está cuidadosamente elaborado para estimular la participación, fomentar el diálogo y nutrir relaciones significativas.

“Los *hub* de contenidos brindan una manera fácil para que las personas naveguen por su sitio web y encuentren la información que buscan. Cuando todo está organizado en un solo lugar, es menos probable que los usuarios se frustren y abandonen su sitio”.

Neil Patel

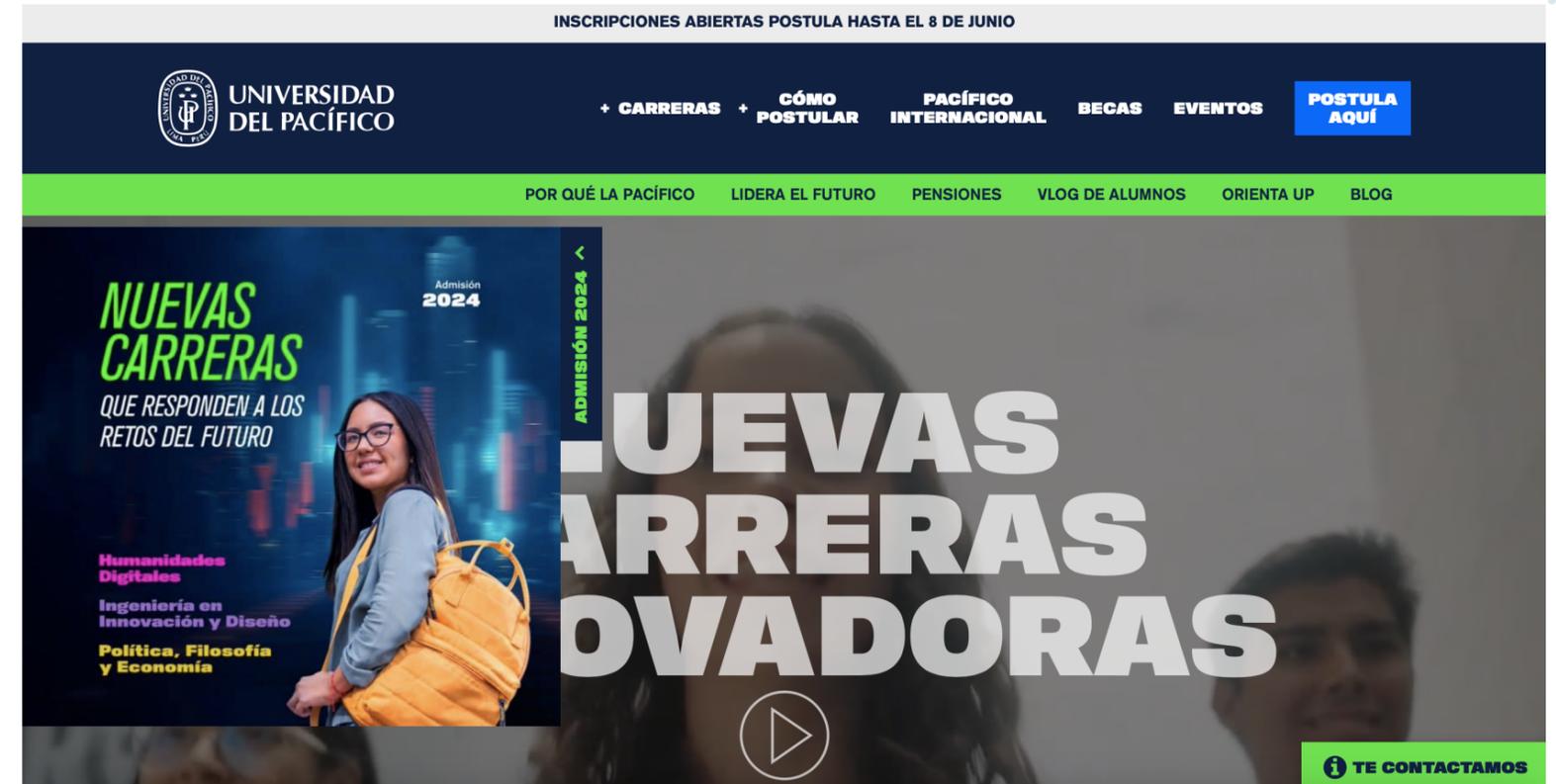
Autor de bestsellers del New York Times, top 10 de marketing de Forbes y Fundador de NP Digital y Ubersuggest.



Admisión de la Universidad del Pacífico

Estudiar en una universidad implica compromisos de largo plazo y tomar decisiones apresuradas no es una opción viable. **Para Admisión de la Universidad del Pacífico, era esencial crear un espacio de contenido que brindara orientación y respuestas a las preguntas frecuentes de los postulantes o potenciales postulantes**, pero que además sirva de hub para estrategias de *Lead Nurturing*, email marketing y redes sociales.

Para abordar este problema, desarrollamos una sección dedicada a explicar por qué elegir la Universidad Pacífico. Se crearon blogs y plataformas que se centraron en responder las interrogantes clave de los usuarios, desde la elección de carreras hasta el proceso de matrícula y la vida universitaria. Este enfoque integral abarcó todo el *journey* del usuario y resolvió el dolor de aquellos que buscaban tomar decisiones informadas desde el inicio.



La web fue el centro del ecosistema digital para las siguientes acciones:

- *Emailing*
- *Landing* de campañas
- Nutrición de *leads*
- Campañas publicitarias
- Campañas en redes sociales
- Estrategia SEO
- Generación de artículos con contenidos SEO para el blog.



El resultado fue un ecosistema robusto que incluía la página web, blogs y espacios de conversación para estudiantes potenciales. Este enfoque generó un tráfico significativo, con un importante número de las consultas dirigidas hacia el contenido creado, en contraste con una página que anteriormente no ofrecía respuestas directas. El proyecto se destacó por su capacidad para abordar los dolores específicos de la audiencia y proporcionar soluciones tangibles, lo cual marcó la diferencia frente a otras instituciones educativas. Asimismo, redujo las consultas en canales directos como los *inbox* de redes y llamadas telefónicas. En el 2022, la web de Admisión obtuvo un crecimiento de 133 % en usuarios únicos*.

PLATAFORMAS



BLOGS



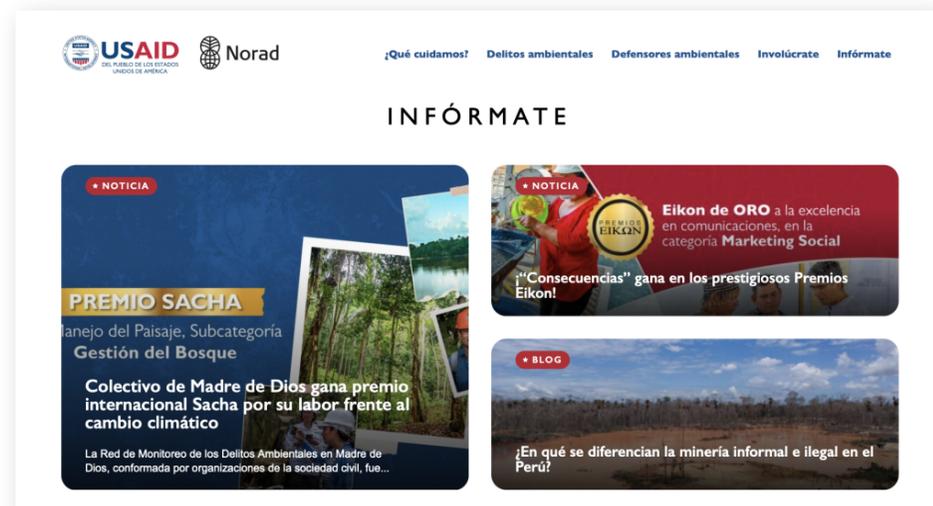
*Fuente: Memoria Integrada del Rector 2022, Universidad del Pacífico.

Prevenir Amazonía de USAID

El Perú enfrenta graves amenazas, especialmente en nuestra Amazonía, con la minería ilegal, el tráfico de especies y la tala indiscriminada. Ante este escenario, DAI, operadora del Proyecto Prevenir Amazonía de **USAID**, nos presentó el desafío de crear un portal que permita advertir estos delitos ambientales y promover la conciencia ambiental.

Desarrollamos Prevenir Amazonía, un portal para educar a las personas, informando sobre la importancia de prevenir estos delitos y las consecuencias de ignorarlos. Participamos activamente en la conceptualización y creación del sitio, desde el diseño hasta el contenido, convirtiéndolo en un verdadero centro de referencia en este tema.

El sitio web recibe en promedio más de 7 mil nuevos usuarios y más del 50 % son usuarios orgánicos. Además, en los dos últimos años, ha logrado el liderazgo SEO en términos ligados a los delitos ambientales en la Amazonía Peruana.



Bus Educativo Verde de ENGIE

Es un proyecto emblemático que ejemplifica el compromiso de la marca con la comunidad y el medio ambiente. **A fin de generar conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y la educación ambiental en energías limpias, especialmente en los colegios, creamos junto a Engie una página web completa y detallada para este proyecto,** donde se puede explorar y comprender fácilmente su alcance y objetivos.

El enfoque lúdico y educativo del Bus Verde se refleja en cada detalle de la página web: desde los personajes que lo acompañan hasta las estaciones narradas que se encuentran en su interior. Este enfoque no solo hace que la página sea atractiva para su público objetivo, compuesto principalmente por jóvenes, sino que también transmite de manera efectiva la esencia del proyecto y sus beneficios para la comunidad.

De esta manera, la empresa demuestra su compromiso con la innovación y la sostenibilidad, al mismo tiempo que crea experiencias memorables y significativas para sus audiencias.

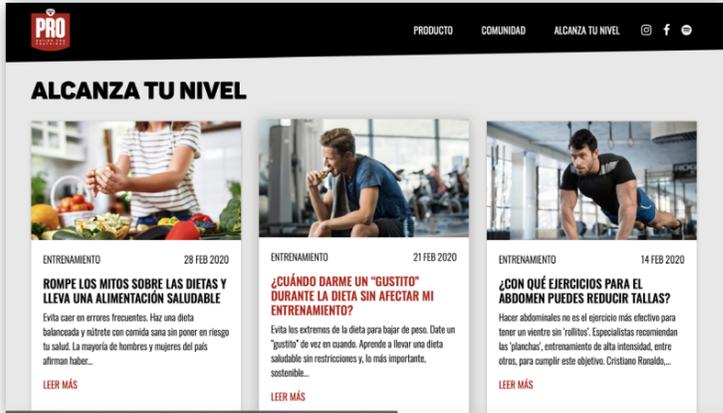


Pro de Gloria

La empresa buscaba posicionar Pro, un nuevo producto que aporta proteínas, dirigido especialmente a personas que practican deportes o requieren un mayor consumo de ellas en su dieta. El objetivo era asegurarse de que este nuevo producto se presentara con una propuesta de valor clara y fundamentada, captando la atención de la audiencia adecuada.

Para lograr esto, creamos una página web diseñada con el fin de reunir a aquellos que verdaderamente se preocupan por aumentar su ingesta de proteínas, formando así una comunidad en torno a este interés compartido. La web de contenidos albergó artículos de investigación, recomendaciones de expertos y notas informativas sobre distintos deportes.

Este enfoque permitió a Pro de Gloria posicionarse de manera efectiva y generar un impacto significativo en su público objetivo. Este caso ilustra cómo una estrategia web centrada en la comunidad puede ser clave para el éxito en el posicionamiento de nuevos productos.



Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico

Nos enfrentamos al desafío de estructurar una página de contenidos que responda a las necesidades de sus principales audiencias. **A partir de un trabajo estratégico se conceptualizó un *hub* de contenidos en dos idiomas (español e inglés), que destacaba las principales líneas de investigación, publicaciones y eventos del Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico.**

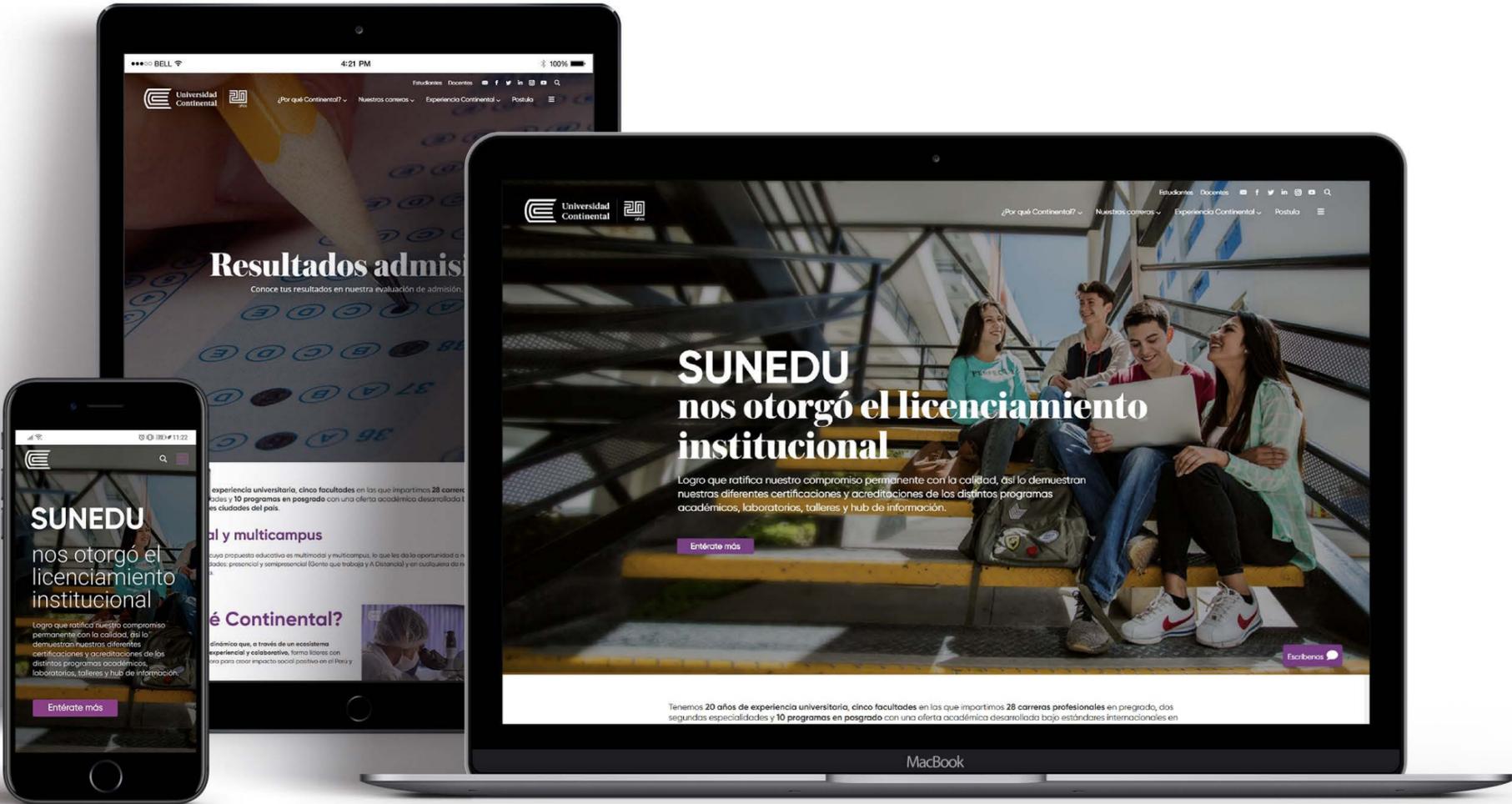
Además del diseño gráfico, trabajamos los textos necesarios sobre la base de las palabras claves relevantes para los distintos públicos.



Universidad Continental

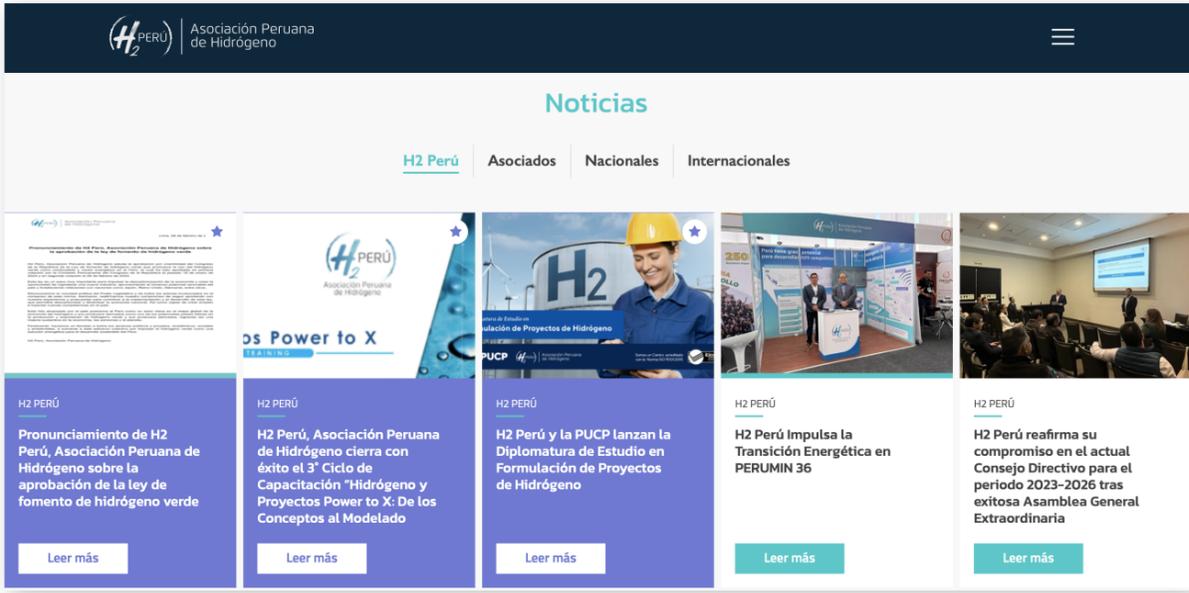
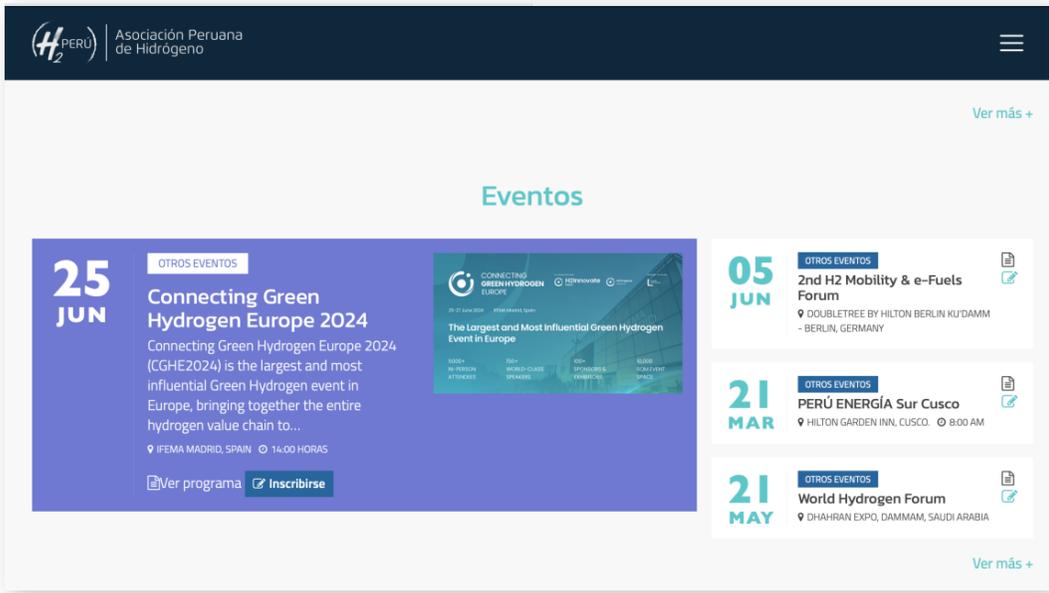
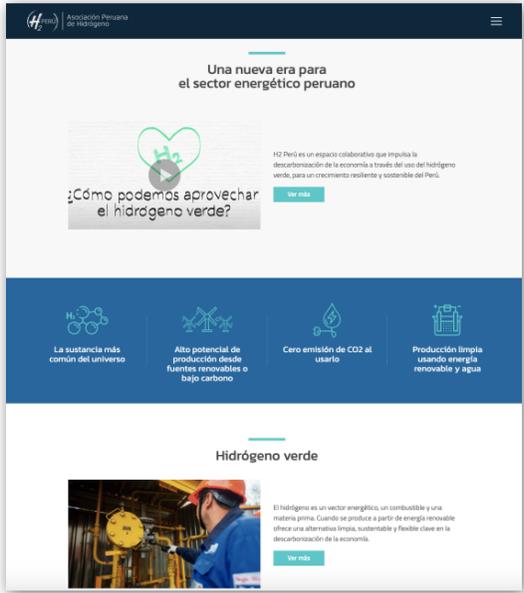
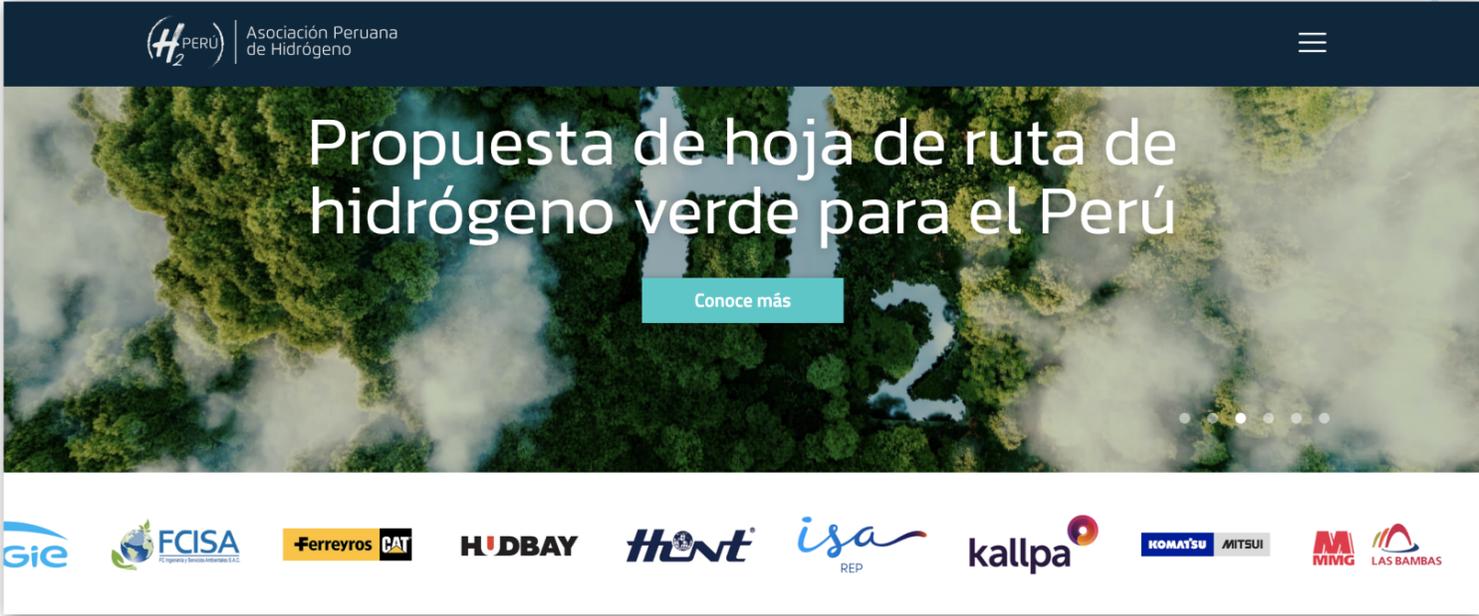
La Universidad Continental nos solicitó la construcción de todo su ecosistema de sitios web: web corporativa, universidad (pregrado), escuela de postgrado, instituto y centro de idiomas. Nos responsabilizamos de la curación de todo el contenido, el diseño, desarrollo e implementación. Se realizó con la plataforma de Wordpress.

Cada portal mencionado fue concebido y alimentado por nosotros, asegurando una experiencia integral para los usuarios.



H2 de la Asociación Peruana de Hidrógeno

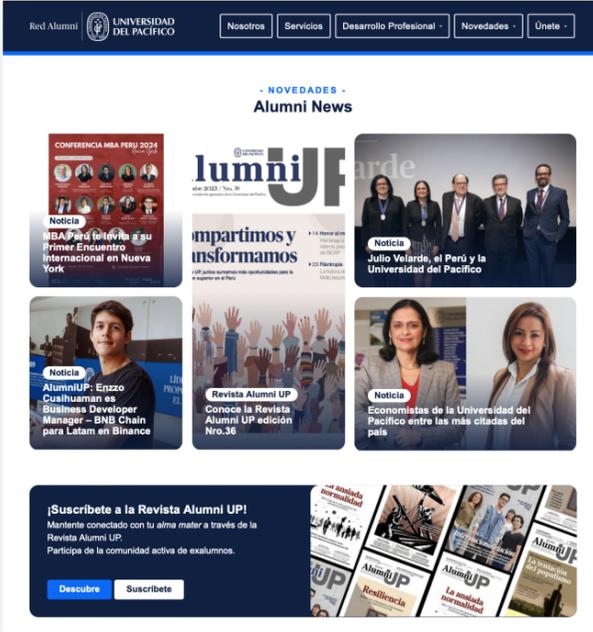
Es importante recordar que cuando una empresa decide lanzar una nueva marca, es crucial agrupar a su audiencia de manera efectiva. En nuestro caso, abordamos este desafío creando H2, una página que actúa como un punto central para la comunidad, proporcionándoles un espacio donde congregarse, compartir información y mantenerse al tanto de las novedades.



Red Alumni de la Universidad del Pacífico

¿Qué hacen los egresados de la UP?, ¿Dónde trabajan?, ¿Qué proyectos crean?, ¿Cuáles son sus logros más destacados? **Con el sitio de Red Alumni, la UP buscaba conectar a los exalumnos de la universidad con su alma mater y otros graduados.**

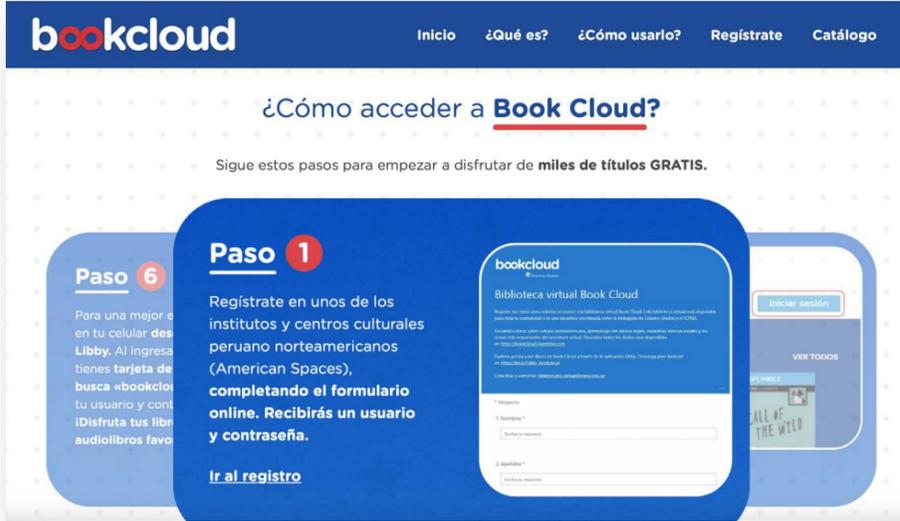
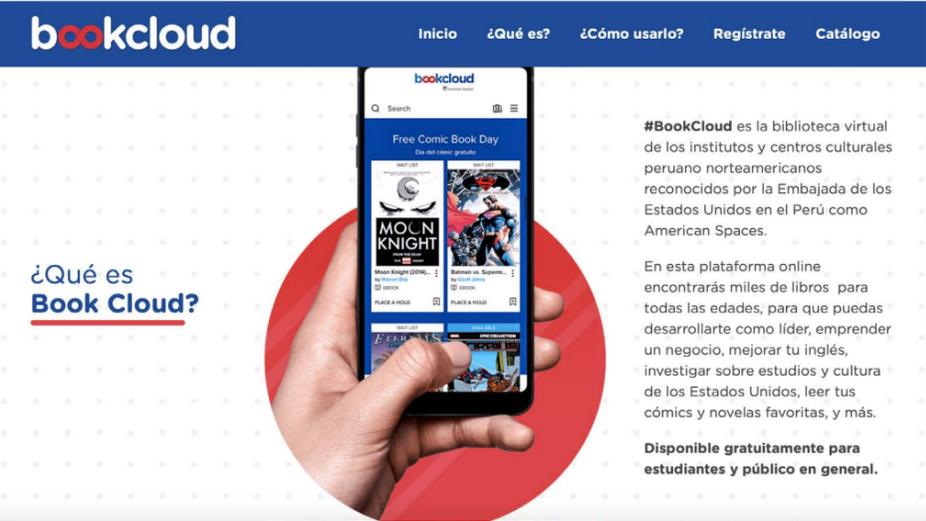
La web ofrece funcionalidades como perfiles individuales, grupos de interés, noticias y actualizaciones relevantes para los exalumnos, y acceso a recursos exclusivos que pueden beneficiar a aquellos que están en la etapa inicial de sus carreras y a los profesionales con varios años en el mercado laboral. Es una herramienta vital para fomentar la colaboración, el *networking* y el apoyo continuo entre los graduados de la Universidad del Pacífico.



Book Cloud de American Spaces

Book Cloud es una iniciativa liderada por la Embajada de los Estados Unidos en el Perú e impulsada por los American Spaces del Perú que nace con el objetivo de dar acceso gratuito a ebooks y audiobooks al mercado peruano. Si bien, existía una APP para ello, no existía un espacio web que explique la propuesta y los requisitos necesarios para acceder a la APP. Fue entonces cuando creamos una **landing page** que sirviera como el punto de encuentro para destacar esta iniciativa en el país.

Nos encargamos de desarrollar la página web, definir el concepto y establecer la estrategia para impulsar su difusión. Hasta el día de hoy, Bookcloud sigue siendo una herramienta poderosa y significativa. La clave no solo fue explicar el porqué de la iniciativa, sino también facilitar el cómo; es decir, cómo las personas pueden acceder y utilizar la aplicación de manera efectiva.



Sitios web de contenidos en la era de la IA

En MU Marketing nos hemos adaptado a las últimas tecnologías para maximizar la eficiencia y la calidad de nuestros entregables. Nos apoyamos de inteligencia artificial generativa para mejorar y perfeccionar nuestros productos, pues nos permite trabajar de manera más precisa y rápida. La aplicamos para la generación de ideas, desarrollo de guiones y también para la creación de diseños, los cuales son también los principales usos de esta herramienta, de acuerdo con nuestro estudio IA en el marketing del Perú, en colaboración con Datum Internacional.

Al combinar la creatividad humana con la inteligencia artificial, logramos resultados excepcionales que superan las expectativas de nuestros clientes. Esta herramienta nos brinda la capacidad de explorar una variedad de enfoques y soluciones, precisando continuamente nuestros entregables hasta alcanzar la excelencia. Gracias a esta tecnología avanzada, podemos entregar resultados de alta calidad de manera más eficiente y rentable.



<https://lavacamu.pe/blog/estudio-ia-marketing-adopcion-empresas-peru/>

Nuestros proyectos

BCP

Creación de contenidos de nueva web ViaBCP.com

Bim (Pagos Digitales Peruanos)

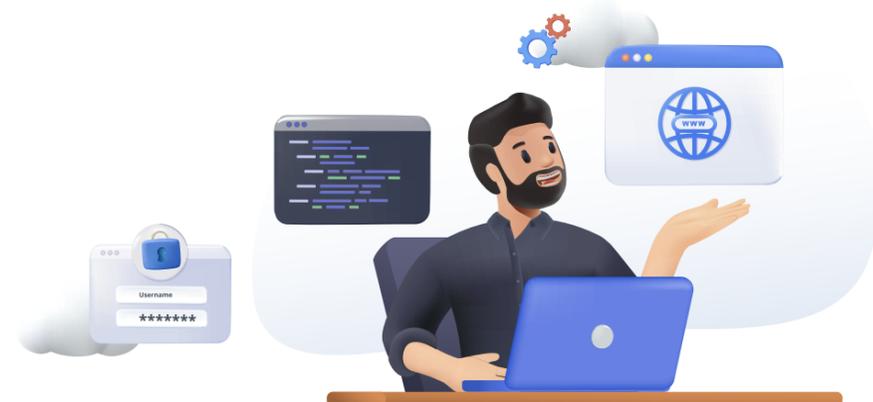
Landing de la aplicación Bim, billetera móvil
Landing de “Emprendamos Juntos”

Ciudadanos al Día

Web del Premio BPG (Premio a las Buenas Prácticas de Gestión Pública)
Sistema de Consultas de Constancias

ENGIE Energía Perú

Mantenimiento de los contenidos de la web ENGIE
Bus Educativo Verde
Becas
Comunidades



Gloria

Web de Gloria - Estructura y contenidos
PRO de Gloria

H2 Perú

Sitio web corporativo de H2 Perú

IEP | Instituto de Estudios Peruanos

Diseño de nuevo sitio 2024

Lumingo (Grupo El Comercio)

Blog de contenidos SEO

Make Consultores

Web corporativa de Make Consultores

MU Marketing & Content Lab

MU Marketing & Content Lab
La Locomotora

Oceana

Landing de campaña “No más tráfico ilegal”
Landing de campaña “Salvemos la pesca”

Pacífico Seguros

Hub de Contenidos “ABC de Pacífico”

Patronato de la Universidad del Pacífico

Web de Patronato de la Universidad del Pacífico

Prevenir Amazonía de USAID

Sitio Web Prevenir Amazonía
Landing Campaña “Consecuencias”
Micrositio “Caja de Herramientas para periodistas”

Universidad Continental

Corporación Continental
Pregrado
A distancia
Posgrado
Instituto Continental
Educación Continua
Centro de Idiomas



Nuestros proyectos

Universidad del Pacífico

Web de Admisión Universidad del Pacífico
Web de Blog Admisión Universidad del Pacífico
Landing Vlog Admisión Universidad del Pacífico
Landing Nuevas carreras Admisión Universidad del Pacífico
Landing Nueva carrera Humanidades Digitales Universidad del Pacífico
Landing Nueva carrera Ingeniería en Innovación y Diseño Universidad del Pacífico
Landing Nueva carrera Política, Filosofía y Economía Universidad del Pacífico
Landing Recorrido virtual Universidad del Pacífico
Landing Internacionalización Admisión Universidad del Pacífico
Landing Blog Escuela de Postgrado
Web de la Red Alumni Universidad del Pacífico
Web del Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico (CECHAP)
Web del Centro de Estudios sobre Minería y Sostenibilidad (CEMS)
Landing Ingeniaweb
Landing Transformación Digital
Mantenimiento y ajustes de Tienda Virtual del Fondo Editorial UP

Universidad de Piura - PAD Escuela de Dirección

Landing Asamblea Alumni
Landing CEO Innovation Day
Landing de campaña Idiomas UDEP

US Embassy in Perú

Book Cloud - American Spaces

Verisure

Cientes Verisure

Videnza Consultores

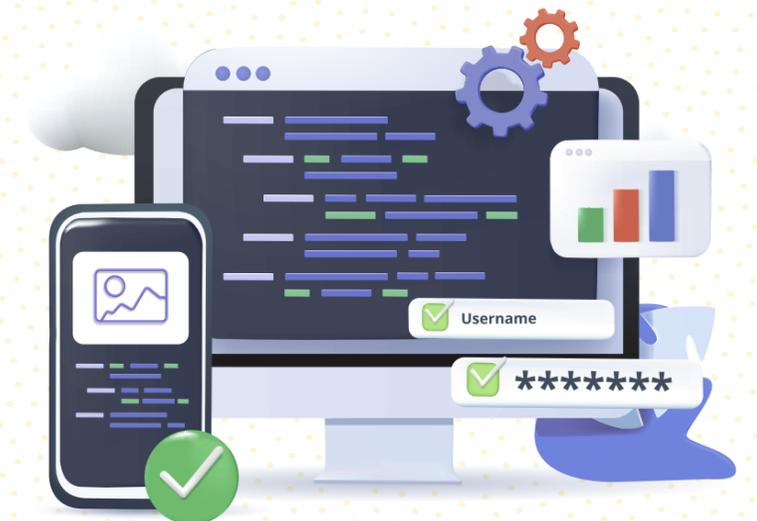
Web corporativa de Videnza Consultores

Vinci Highways

Sitio Web Asociación Movemos
Landing Concurso Muévete Perú

WWF

Landing La hora del Planeta



Nuestra metodología de trabajo



Fase inicial



- Definición estratégica del sitio web: objetivo, públicos y matriz de necesidades y soluciones
- Revisión del inventario de contenidos.
- Mapa de sitio



Diseño

- Prototipado del sitio web: diseño de wireframes y definición de funcionalidades
- Diseño gráfico a partir del *Wireframe* aprobado.
- Maquetado



Contenidos

- Curación y redacción de contenidos.
- Carga de contenidos
- Ajustes SEO



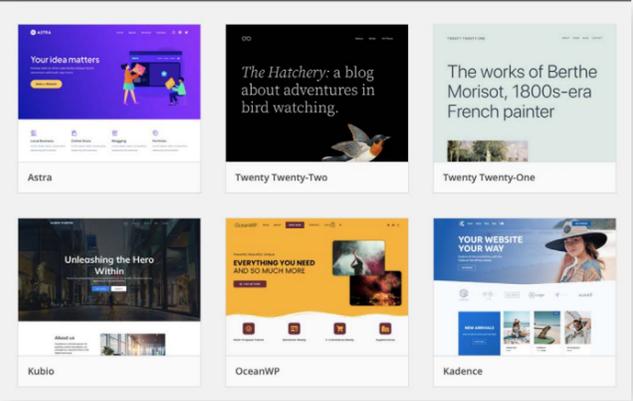
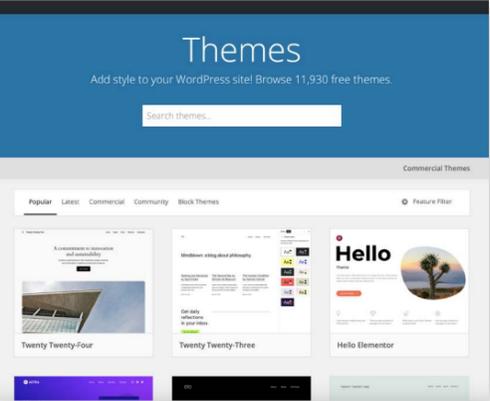
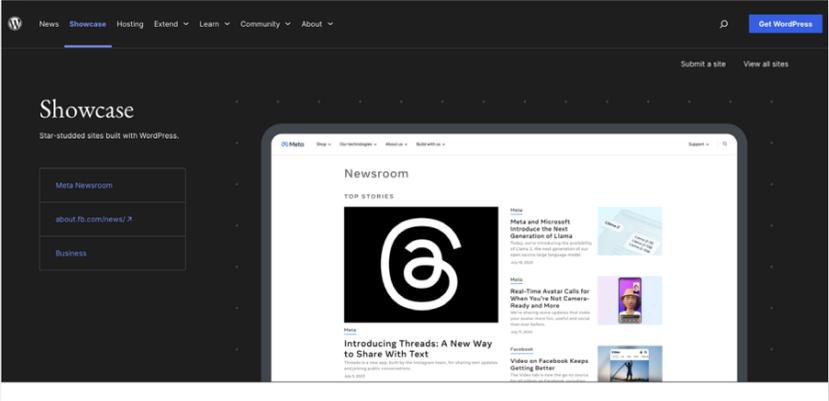
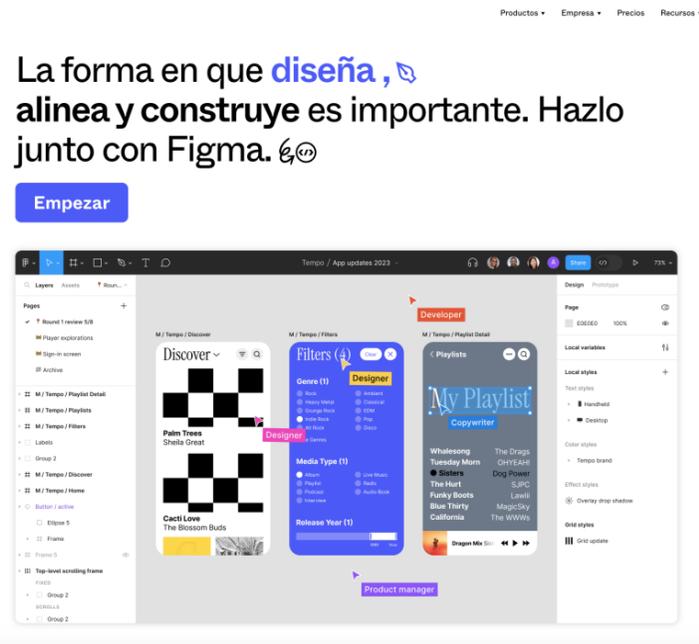
Desarrollo

- Desarrollo del *Backend*
- Prueba de funcionalidades
- Vinculación con herramientas de Google
- Marcha blanca y medición de performance
- Lanzamiento oficial

Plataformas digitales

En MU nos apoyamos en herramientas líderes en el mercado para brindar soluciones digitales de vanguardia a nuestros clientes.

En la etapa de **diseño y prototipado**, utilizamos **Figma**, una herramienta de diseño colaborativo que nos permite explorar y validar ideas de manera eficiente.



En la etapa de **desarrollo web**, nos apoyamos en **WordPress**, una plataforma conocida por su versatilidad, facilidad de uso y enfoque en el SEO.

¿Por qué recomendamos Wordpress?

1. Facilidad de uso sin igual: Destaca por su interfaz intuitiva y amigable, permitiendo que incluso usuarios sin conocimientos técnicos profundos puedan crear y administrar sitios web de manera efectiva y sin complicaciones.

2. Optimización SEO incorporada: Es una de las mejores soluciones para estrategias SEO. Está diseñado con la optimización para motores de búsqueda en su núcleo, facilitando la optimización de contenido, las URL amigables, *sitemaps* y otros aspectos clave para mejorar el posicionamiento y la visibilidad en línea.

3. Soporte multimedia completo: Es verdaderamente versátil, pues admite diferentes formatos de texto, multimedia, como imágenes, videos, audios y más, lo que permite a las empresas crear experiencias web cautivadoras y atractivas para sus visitantes.

4. Escalabilidad sin límites: Es una plataforma escalable que puede crecer y adaptarse a medida que las necesidades de su empresa evolucionan, desde un sitio web simple hasta una plataforma de comercio electrónico compleja y sofisticada, sin perder su potencia y flexibilidad.

5. Integración fluida con plataformas de comercio electrónico: Se integra sin esfuerzo con soluciones de comercio electrónico líderes como WooCommerce y Shopify, permitiéndole vender productos y servicios en línea de manera eficiente, atractiva y personalizada.



La VACA MU

¿Quiénes somos?

Nos conocen como MU Marketing & Content Lab o también como La Vaca MU, pioneros en marketing de contenidos en el Perú. Alineamos los objetivos de negocio con la comunicación, y producimos contenidos valiosos para las audiencias, generando conversiones o *leads*.

Nuestro propósito **es promover y construir diálogos y vínculos sostenibles** entre las marcas y sus mercados.

¿Qué soluciones ofrecemos?

Nos involucramos en las estrategias de nuestros clientes, buscando comprender a profundidad sus audiencias y desarrollar estrategias de Marketing de Contenidos *Always-On*.

- **Soluciones de marketing:** Desarrollo de sitios webs, *emailing*, piezas gráficas y audiovisuales, gestión de redes sociales y presentaciones de alto impacto.
- **Soluciones de ventas:** Testimoniales, emails comerciales, pautas de *performance*, contenidos de soporte para ventas.
- **Soluciones B2B:** Web / *hub* de contenidos, *blogging*, *emailing*, nutrición de *leads*, *social media content*.
- **Soluciones de *performance* y generación de demanda:** Gestión de pautas publicitarias para generación de *leads*, *email marketing* e *inbound marketing*.
- **Soluciones de contenidos editoriales:** Elaboración de informes, *policy briefs*, guías temáticas, artículos e infografías.



La plataforma CRM de HubSpot ofrece software empresarial para marketing, ventas, servicio al cliente, gestión de contenido y operaciones. Cada producto es poderoso por sí solo, pero la verdadera magia sucede cuando los usas juntos.

Si interesa integrar HubSpot a tu sitio web, contáctanos.



Marketing Hub

Atrae y fideliza a nuevos clientes creando marketing relevante y personalizado.



Service Hub

Desarrolla un proceso eficiente para captar a tus prospectos y convertirlos en clientes.



Sales Hub

Conecta con tus clientes, supera sus expectativas, reténlos por más tiempo y crece más rápido.



CMS Hub

Crea un sitio web que impulse resultados de negocio, sin el dolor de administrar sistemas.



Operations Hub

Sincroniza fácilmente los datos de tus clientes y automatiza los procesos de negocio para una experiencia del cliente sin fricciones.



Para una cita contacta a

César Meza Mont

CEO & Director de Marketing estratégico
+51 954 700068

cesar@mu.com.pe

Renato Peña-Vásquez Figueroa

COO & Director de Cuentas
+51 981 014041

renato@mu.com.pe

Javier Yamashita Kawabata

Director de Proyectos Digitales
+51 988 838 866

javier@mu.com.pe

 <https://lavacamu.pe/>

 [/lavacamu_pe](https://twitter.com/lavacamu_pe)

 [/lavacamu.pe](https://facebook.com/lavacamu.pe)

 [/mu-marketing-&-content-lab](https://linkedin.com/company/mu-marketing-&-content-lab)

Este *ebook* es una colección de proyectos realizados por MU Marketing & Content Lab (La Vaca MU Marketing SAC) a lo largo de los últimos ocho años. Algunos de los proyectos mostrados en este *ebook* pueden haber sufrido modificaciones o incluso ya no existir. El objetivo es mostrar la experiencia y el trabajo de MU Marketing & Content Lab, no ofrecer una descripción exacta de los proyectos actuales.

Si te interesa un proyecto en particular, te recomendamos que te pongas en contacto con MU Marketing & Content Lab para obtener información actualizada.