

HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL 2021

Principales herramientas para realizar medición y analítica, email marketing, lead magnet, landing pages y gestión publicitaria en redes sociales.

No. 2

Alina Cuadrado Castellón



**Emprender
Ideas**

Contenido

Principales herramientas para realizar medición y analítica, email marketing, lead magnet, landing pages y gestión publicitaria en redes sociales.....	2
Ventajas del uso de las herramientas de Marketing Digital	2
Herramientas de medición y analítica.....	3
Herramientas de email marketing	4
Herramientas lead magnet	4
Recursos que se pueden utilizar:	6
Consejos para hacer lead magnet efectivos.....	11
Herramientas para hacer lead magnet:	11
Herramientas para hacer landing pages	11
¿Para qué sirve una landing page?.....	12
Principios básicos para hacer landing pages	12
Algunas herramientas para crear landing pages.....	14
Herramientas para la gestión publicitaria en sitios web y redes sociales.....	15
Otras consultas.....	15

Principales herramientas para realizar medición y analítica, email marketing, lead magnet, landing pages y gestión publicitaria en redes sociales.

Uno de los aspectos básicos para emprender es el aprovechamiento eficiente de las funcionalidades de las herramientas digitales. Sus principales funciones o ventajas son:

Crear procesos automatizados, lo que significa ahorro de recursos (tiempo, materiales y humanos).

Localizar mejor y más rápido nuestro público objetivo.

Dirigir las campañas de publicidad a un mayor por ciento de personas que pueden convertirse en nuestros clientes.

Dar seguimiento automatizado a los clientes y hacer remarketing.

Hacer más eficiente nuestro trabajo, más si estamos solos en nuestro emprendimiento.

Proponemos una serie de herramientas, la mayoría gratuitas. Servirán como procedimiento en modo de prueba o práctica y si te resultan eficientes pasar a alguna opción de pago. Hay que tener en cuenta que en las versiones gratis tiene límites en cuanto a funcionalidades, pero está bien para empezar a emprender.

Ventajas del uso de las herramientas de Marketing Digital

- Optimización del proceso de marketing digital.
- Permite hacer analítica y seguimiento a tus plataformas digitales.
- Automatización de tareas.
- Gestión de la información.
- Aceleración de procesos y mejoramiento de resultados.
- Implementación de estrategias avanzadas

Reuniremos las herramientas por sus funciones.

Herramientas de medición y analítica



Google Trends. Puedes descubrir lo que están buscando los usuarios en todo el mundo, indicando una palabra clave que se coloca en la barra exploradora, también puedes ver las tendencias de búsquedas diarias (aunque no disponible para todos los países) o en otros rangos de fecha. No obstante no indica números de búsquedas, sino los valores relativos en una escala de 0 a 100, este último representa el número más alto con respecto al término de búsqueda o palabra clave. La representación de los resultados se visualiza en un gráfico.



Google Analytics. Es una herramienta de analítica web que nos brinda información básica sobre nuestro sitio web, blog o redes sociales. Ofrece métricas como número de visitantes y de visitas a nuestro sitio web, duración de las visitas, la media de páginas vistas por nuestros usuarios, informes sociodemográficos, geográficos. También recoge información más compleja es el rendimiento de nuestra campaña en Google Adwords como es el porcentaje de conversiones, comportamiento de los usuarios en un proceso de compra, por qué abandonan el carrito de compras, etc.

Google My Business. Es una herramienta gratuita de Google para



facilitar a las empresas a gestionar su presencia en Internet. Se puede vincular una empresa con el entorno. Puedes ofrecer información relativa a tu negocio, como por ejemplo la información de contacto, a qué se dedican, ubicación, horarios, enlace a tu sitio web o las redes sociales, etc. Estar registrado en Google My Business, con los detalles de tu emprendimiento, permite destacarlo, tener mayor visibilidad a las personas que realizan búsquedas relacionadas con tu perfil de negocio

te encontrarán más fácilmente. Con la interfaz de Google relaciona esta plataforma con Google Places o Google Maps.

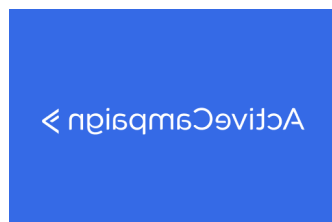
Herramientas de email marketing



emails al mes.

Mailchimp: Es una de las más conocidas. Su plan gratuito permite tener en su base de datos hasta 2000 usuarios, una audiencia incluida, CRM de marketing, dominio de mailchimp, formularios y páginas de destino. Puedes enviar hasta 12000

ActiveCampaign: Se destaca por sus opciones avanzadas de formularios, informes y automatización. Su plan más económico (9,00 usd / mes). Permite enviar 12500 email mensuales a 500 usuarios. Puedes crear una secuencia de respuestas automáticas.



Herramientas lead magnet

¿Qué es el Lead Magnet (LM)?

Los LM o "imán de leads" es una herramienta de marketing digital cuyo objetivo es obtener datos de contacto de un prospecto a cambio de ofrecer un contenido de calidad. Se soportan en diversos formatos: ebooks, infografías, PDFs, plantillas, etc., todos descargables.

Deben ser gratis, relacionados con tu negocio y la información contenida debe solucionar un problema, bien específico, al interesado. Los contenidos se elaboran en base a nuestro público objetivo o buyer persona de la marca y teniendo en cuenta en qué etapa del embudo de venta se encuentra. Así será más efectivo que realice la conversión correspondiente.

Existen **varios caminos** para lograr la conversión de los visitantes de nuestro sitio en leads, donde es elemento importante el correo electrónico en estos casos:

Llamado de acción (CTA): son los botones donde los usuarios hacen clic para acceder al recurso de valor que le interesa y estás ofreciendo.



Landing page: es la página donde se recopilan los datos, mediante un formulario, proporcionados por el visitante, que aparece cuando hacen clic en el CTA.

Página de agradecimiento: el visitante accede a una página donde recibe el recurso descargable, se agrega a la lista de correo.

Correo electrónico de notificación: es el correo que recibe el prospecto.

Utilidades del LM:

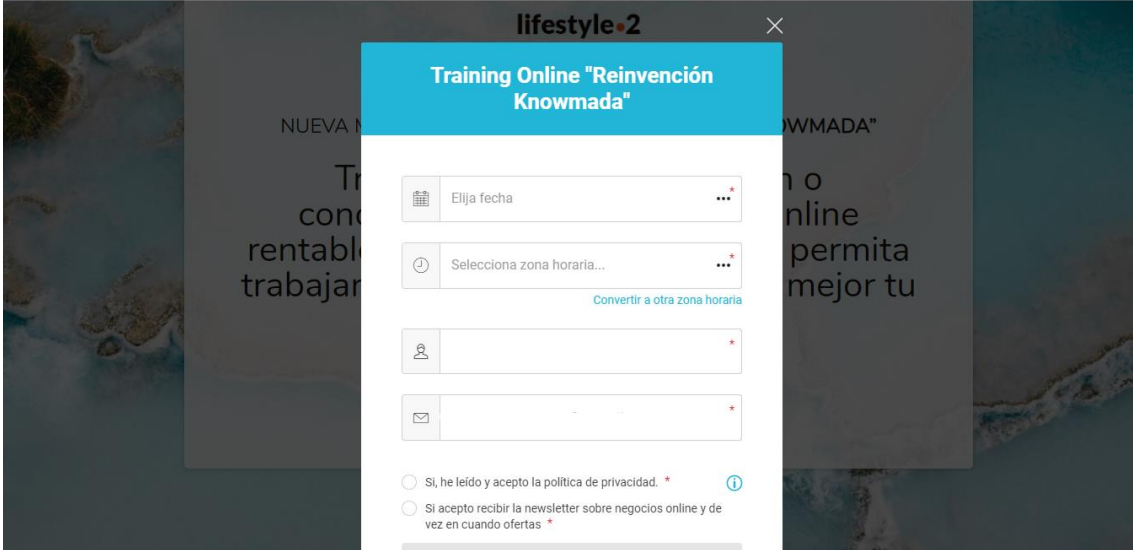
- Oportunidad de obtener leads a cambio de contenido de valor.
- Posibilita atraer tráfico a tu sitio web y aumentar tu lista de contacto.
- Mantener el contacto con tus clientes para obtener información de su interés.

Sin embargo, actualmente la competencia es fuerte y cada vez más las empresas se esfuerzan por vender y debido a esto las personas lo piensan detenidamente antes de dejar sus datos; es aquí donde

debemos ser muy creativos para poder enamorar al público y que llegue a la etapa de compra.

Recursos que se pueden utilizar:

Entrenamiento: lograr que las personas puedan ser capaces de adquirir diseñar, ejecutar, medir y optimizar procesos.



The image shows a web browser window with a registration form for a training course. The browser's address bar shows the URL: `reinencion.lifestylealcuadrado.com/alta-webinar-rik?utm_source=RIK-webseo`. The form is titled "Training Online 'Reinención Knowmada'" and is overlaid on a dark background with a satellite map. The form contains the following fields and options:

- A date selection field labeled "Elija fecha".
- A time zone selection field labeled "Selecciona zona horaria..." with a link "Convertir a otra zona horaria" below it.
- A name field with a person icon.
- An email field with an envelope icon.
- Two radio button options for terms and conditions:
 - Si, he leído y acepto la política de privacidad. *
 - Si acepto recibir la newsletter sobre negocios online y de vez en cuando ofertas *

Listas de verificación. Simplifica contenidos a una lista de viñetas y tendrás mejores resultados. Las personas apreciarán tomar acciones e ir marcando qué ya hicieron o lograron y no le quede nada por hacer.

Cursos virtuales. Es muy frecuente encontrar cursos en Internet, muchos gratis. Tienen como estrategia crear engagement y posteriormente vender productos o servicios.

event.webinarjam.com/register/1/1nf686hp

CLASE GRATUITA

6 Pasos para Tener un Negocio Rentable

Marta Emerson, YouTuber y Experta en Negocio Online, te enseña lo que necesitas saber para que tu negocio sea **más rentable, escalable, y crezca más rápido**. La clave está en simplificar tu modelo de negocio y focalizarte en lo que realmente te hace facturar.

Mire la grabación de ayer
Jueves, 8 Octubre 2020, 10:00 AM
Jueves, 8 Octubre 2020, 12:00 PM
Rio de Janeiro, Sao Paulo

00 00:12:51
DÍAS HORAS MINUTOS SEGUNDOS

APÚNTATE GRATIS

Libro de trabajo. Ayuda a los emprendedores a aplicar plantillas prediseñadas para aplicar a su trabajo. Resulta muy práctico si se incluye ejercicios para aprender haciendo.

Webinars. Si te sientes capaz de debatir o compartir un tema en que eres experto, el webinar es una buena opción para programar un encuentro, taller o charla sobre el tema en cuestión. Utilizando las herramientas para presentaciones podrás elaborar una muy creativa y a tractiva para los oyentes, no sin dejar de descuidar el contenido.

cyberclick.es

Cyberclick

CONÓCENOS FUNNEL ADVERTISING SERVICIOS PROYECTOS ACADEMY BLOG EVENTO CONTACTO

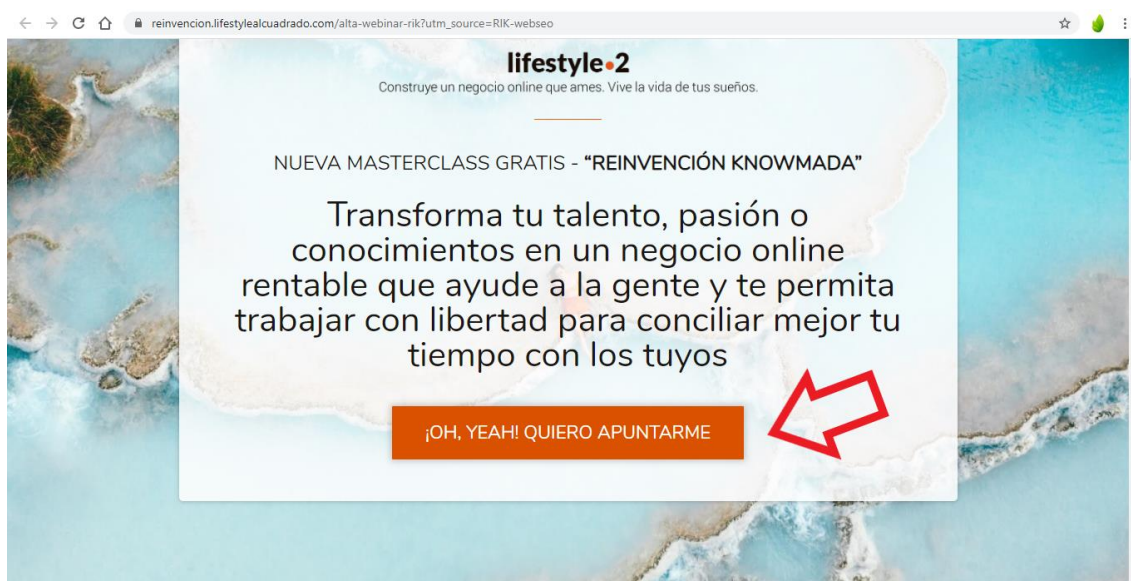
Webinar gratis 14.10.2020: Inbound Marketing y los beneficios del CRM de Hubspot para tu empresa.

¡APÚNTATE YA!

https://www.cyberclick.es/curso-crm-hubspot

Cupones de descuento. Es muy buen recurso para atraer a las personas y obtengan su cupón con ofertas para comprar en determinadas etapas.

Masterclass: Curso que incluye una serie de clases, paso a paso, para aprender estrategias, lanzar un nuevo negocio, etc. Si haces una masterclass en vídeo trata que sea bien precisa, centrándote en el contenido.



Consultorías. Una manera de brindar información muy puntual es hacer consultas por un tiempo establecido por el consultor. La misma puede ser presencial u online.

Cotizaciones. Es una manera de ofrecer los costos de tus productos o servicios, así como las ofertas que puedes sugerir en ciertas épocas del año.

Asesorías. Aportar capacitaciones y habilidades en el sector de tu negocio, con lo cual ayuda a potenciar productos y servicios.



Ebook o mini libro electrónico con recopilación de publicaciones. Es conveniente brindar información con títulos atractivos y de fácil lectura, que además resuelvan problemas a primera mano y puedan ser consultados con frecuencia. Debes combinar con imágenes atractivas, utilizar letras adecuadas y un límite máximo de diez páginas bien editadas.

Guías. A las personas les encanta seguir procedimientos paso a paso, les resulta más cómodo para leer y hacer lo que se les dice. Puedes incluir enlaces a otros sitios si es necesario, haciéndolo muy original desde el propio texto.

Retos. Suele ser efectivo para establecer una secuencia de tareas día a día, o paso a paso para tomar decisiones. Crea engagement.

Plantillas. Son muy útiles para realizar un proceso complejo, pero partiendo de etapas sencillas y creativas.

Casos de estudio. Son muy efectivos porque narran historias reales y a la gente le gusta saber cómo triunfaron los demás para recopilar experiencias.

Serie de contenidos. Puedes programarte durante varios días crear contenidos bajo un mismo formato (podcasts, vídeos, post u otro formato) para mantener una continuidad.

Tops. Puedes crear los tops sobre diversas cosas, por ejemplo, herramientas, estrategias, formas o maneras de hacer algo, consejos, etc.

Tets. Funciona muy bien para que las personas sepan sus capacidades y sus conocimientos con temas de capacidad.

Suscripciones a newsletters. Si ofreces información y últimas noticias relevantes, resultará efectivo esta modalidad y los prospectos estarán interesados en leer más sobre tus temas.

The image shows a screenshot of the Cyberclick website. At the top, there is a red navigation bar with the Cyberclick logo and menu items: CONÓCENOS, FUNNEL ADVERTISING, SERVICIOS, PROYECTOS, ACADEMY, BLOG, EVENTO, CONTACTO. Below the navigation bar, the main heading is 'Funnel Advertising' with the subtitle 'Las acciones más adecuadas según cada fase'. The central part of the image features a funnel diagram representing the customer journey, divided into three stages: TOFU (Top of Funnel), MOFU (Middle of Funnel), and BOFU (Bottom of Funnel). Various marketing actions are mapped to these stages, such as Social Ads, Content Marketing, and Emailing de captación. To the left of the funnel, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and WhatsApp. A large red arrow points from these icons towards the funnel. In the bottom left corner, there is a red pop-up form with the text: '¿Quieres saber lo último en marketing online? Se parte de nuestra comunidad y recibe cada mes los mejores contenidos e ebooks gratis. ¡Suscríbete ya!'. The browser's address bar at the top shows the URL: cyberclick.es/funnel-advertising/que-es?hsCtaTracking=0ba00cc7-fcb2-4160-acb0-624bb8959205%7Cf1ee7751-3fca-419f-bb78-c0ef2bda5626.

Los LM pueden aparecer en diversos formatos:

- Botones de llamada a la acción (CTA) al final del contenido.
- Botones de llamada a la acción insertados dentro del contenido.
- Ventanas emergentes o pop-ups que aparecen a pocos segundos de abrir una página web y ofrecen contenidos o suscripciones.

- Bloques fijos de suscripción, fundamentalmente aparecen en la barra lateral del sitio o página web.

Consejos para hacer lead magnet efectivos

Debe ser corto y preciso. Debe ser consumido rápido, pues nos permite hacer otras estrategias. Si entregas un ebook muy extenso, por ejemplo, no será leído de momento y quizás después tampoco lo lea. Comparte contenido de valor. A pesar de ser gratis debe tener contenido de calidad, que pueda ser útil para los prospectos, si no, corres el riesgo de ser valorado positivamente.

Redacta un título atractivo. Ponle a tu lead magnet un título creativo, que den ganas de adquirirlo y que las personas descubran qué hay detrás de tu anuncio.

Evita los historytellings personales. Lo que funciona es el contenido que vas a ofrecer, que sea impactante. No empezar con las presentaciones de las historias personales, esta información es para ofrecer después. Utiliza infografías. Es un formato aporta mucha información de un "pantallazo", es decir, a primera vista y es muy apreciado por las personas. Es ideal para acompañar un texto.

Herramientas para hacer lead magnet:

<https://www.canva.com/>

<https://diybookcovers.com/>

Herramientas para hacer landing pages

Una landing page o página de aterrizaje es una herramienta muy importante dentro de toda estrategia de Marketing Digital, ya que permiten la captación de leads para lograr conversiones y de ahí también ventas.

Es una página web a donde llegan los usuarios después de haber hecho una reacción (click) en un anuncio publicitario o simplemente en una publicación. El objetivo es que los usuarios se conviertan en leads

(contactos que nos han dejado sus datos a cambio de un contenido de valor).

Permiten mejorar el ratio de conversión en nuestra estrategia de captación de leads.

¿Para qué sirve una landing page?

- Conseguir contactos. Al conseguir más contactos tenemos más posibilidades de llegar a tener más clientes.
- Vender un producto o servicio. Es muy frecuente utilizar esta opción para materializar una venta. Es muy útil para ofertas.
- Conseguir suscriptores. Es muy utilizada en Internet para potenciar un newsletter, mediante la obtención de suscriptores. Las técnicas utilizadas son la descarga de e-books, tutoriales, guías, etc.
- Ventas de afiliados. Utilizadas para la venta de productos, es una técnica muy efectiva en las estrategias de marketing de afiliación.
- Visualizar videos. Crear enlaces a los videos de tu canal permite aumentar las visualizaciones, conseguir suscriptores al canal y poder monetizar.
- Obtener seguidores y lograr mayor visibilidad en redes sociales. Permite tener mayor presencia en las redes sociales y aumentar la cantidad de seguidores en ellas.

Principios básicos para hacer landing pages

1.-Definir bien el objetivo publicitario. Ante todo debemos tener claro qué queremos obtener. Por cada landing page se debe tener un solo objetivo, de lo contrario puede traer algunos inconvenientes como causar dudas al usuario a la hora de elegir, hacer la landing page más compleja o extensa y el usuario se puede perder en ella, etc.

2.-Escoger un título llamativo. Debe ser corto y preciso, con el objetivo de causar un impacto en el lector.

3.-Explicitar el beneficio que se obtendrá a cambio de la información del usuario que se pide. Este se debe explicar de manera sintética.

4.-Debe resolver un problema. Debe enfocarse en la necesidad del cliente.

5.-Brindar un contenido de calidad. La información brindada debe ser un contenido de valor y útil para el usuario, si no tiene cierta relevancia difícilmente vuelva a acceder a la plataforma digital. Debe ser deseable, concreta y sin rodeos. No abusar de información irrelevante como hablar de nosotros, hacer historias innecesarias, etc.

Para crear el contenido, existen **tenemos 3 variantes**:

- **Contenido largo:** Necesario si es un producto muy caro o los beneficios que queremos explicar son muchos. Se podría utilizar una lista de esos beneficios resaltando los más importantes.
- **Contenidos Corto:** Si el producto requiere de poca explicación o si considera que no se necesita un texto tan largo para explicar.
- **Contenido multimedia:** Pudiéramos desarrollar un contenido multimedia pero se recomienda que no debe superar los 90 minutos de duración o imágenes correctamente explícitas.

6.-Tener un diseño atractivo. Utilizar una imagen bien diseñada y bonita, seguramente dará sensaciones agradables y ganas de adquirir lo que se ofrece.

7.-Utilizar los campos del formulario solo los necesarios para cada ocasión. Debido al tratamiento discreto de la información de contacto de cada usuario, para cada ocasión solicitar solo los necesarios. En ocasiones se requiere más número de campos para mejorar la calidad de los formularios y personalizar más los mensajes, pero es muy probable que el ratio de conversión será menor.

8.-Lograr una buena experiencia de usuario. Es importante guiar al usuario en su recorrido por la landing page, paso a paso hasta lograr su conversión.

9.- Tener un diseño adaptativo. Es necesario que se pueda visualizar en móviles, aunque la mayoría de las herramientas tiene esta peculiaridad.

Algunas herramientas para crear landing pages

Mailchimp. Esta herramienta de email marketing, que tiene una versión gratis. Es fácil de utilizar, tiene plantillas prediseñadas.



Elementor. Es un potente editor en formato *drag and drop*. Permite crear landing pages de forma sencilla. Es un plugin de WordPress que en su versión gratuita tiene más de treinta plantillas.



HubSpot. Herramienta de inbound marketing muy completa. Además de poder hacer estrategias de email marketing, gestión de redes sociales, CRM, también se pueden crear landing pages. Tiene una opción gratuita, con limitaciones pero está bien para empezar.

Instapage. Herramienta gratuita, funciona muy bien con WordPress. Tiene una versión gratuita para probarla. Se pueden hacer test A/B, variedad de plantillas e integraciones con otras herramientas.



Wix. Además de crear páginas web también cuenta con alrededor de treinta plantillas para crear landing pages, son editables, gratis, flexibles, variedad de tipos de contenido. Permite automatizar correos de bienvenida o de agradecimiento. Se pueden añadir aplicaciones de terceros como por ejemplo **Mailchimp**.

Herramientas para la gestión publicitaria en sitios web y redes sociales



Hootsuite. Puedes gestionar todas tus redes sociales desde su tablero y saber qué está pasando. Más fácil desde esta aplicación para responder tus mensajes. Permite medir el rendimiento de tus campañas y publicaciones, así podrás saber qué funciona en tu estrategia social con sus reportes de analítica. El plan más económico (29,00 usd / mes) te da la posibilidad de gestionar 10 redes sociales con un usuario y las programaciones son ilimitadas.

Mailchimp. Cuenta con integración con WordPress, Google Analytics y las redes sociales. Podrás analizar informes de entrega, configurar y enviar correos electrónicos automáticos.



Buffer. Puedes programar tus publicaciones en las redes sociales. Permite ver las estadísticas de cada anuncio, atender más rápido las interacciones, planificar las historias, insertar enlaces a páginas de ventas, planificar hashtags, medir rendimientos, etc.

Otras consultas

<https://emprender-ideas.com/wp-content/uploads/2020/09/Herramientas-gratuitas-de-Marketing-digital-para-emprendedores.pdf>