

Marketing Digital, el aliado de tu empresa.

ALINA CUADRADO CASTELLÓN



Tu empresa en el contexto digital

- Optimización de los procesos.
- Automatización de la publicidad.
- Ventas de productos y servicios de manera eficiente y efectiva.
- Comunicación mediante diversos canales.
- Potenciar el valor de tu empresa.
- No basta la presencia física.



Tendencias del Marketing Digital (I)

- Contenido.
- Mensajería instantánea.
- Marketing conversacional.
- Responsabilidad ética y social de las marcas.
- Capacitación online.
- Nuevas funcionalidades de varias aplicaciones.



Tendencias del Marketing Digital (II)

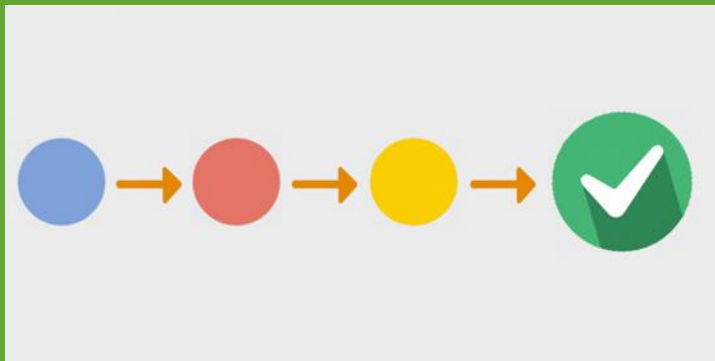


Plataformas digitales: sitios web

- Es nuestra identidad digital en la red.
- Selección acorde a nuestras necesidades y recursos.
- Posibilita la automatización de los procesos de la empresa.
- Pensar en la experiencia y usabilidad del usuario.
- Debe tener un diseño adaptativo (Responsive desing).
- Permite una comunicación más efectivas con nuestros usuarios, leads, prospectos y clientes.



Pasos básicos para el desarrollo de un sitio web



- Objetivos
- Funciones y herramientas
- Contenido
- Navegación
- Diseño
- Creación y administración
- Promoción

Objetivos



- Vender productos / aceptar pagos
- Tomar reservaciones / aceptar pagos online
- Crear audiencia.
- Obtener productos de afiliados y ganar comisión (Ej. Amazon)
- Aceptar donaciones
- ¿Otro?

Funciones y herramientas



- Catálogo o tienda online (si más de 10 productos o servicios).
- Proveedor de transacciones de pagos online y estar conectado a tu sitio web. Ej. Paypal.
- Formulario o calendario. Ej. Formularios para que se inscriban al sitio o suscribirse para recibir un boletín electrónico, email marketing.
- Botones para compartir en redes sociales un contenido.
- Herramientas para mejorar el SEO y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Contenido



En un documento crear la lista de contenidos (ver cuadro).

Qué páginas necesitas.

- Inicio
- Quiénes somos: testimonios, fotos
- Productos o servicios
- Blog
- Contacto
- Legalidad: normas que cumplir. Políticas de cookies y de privacidad.

Tener claro el contenido de mi sitio web.

Navegación



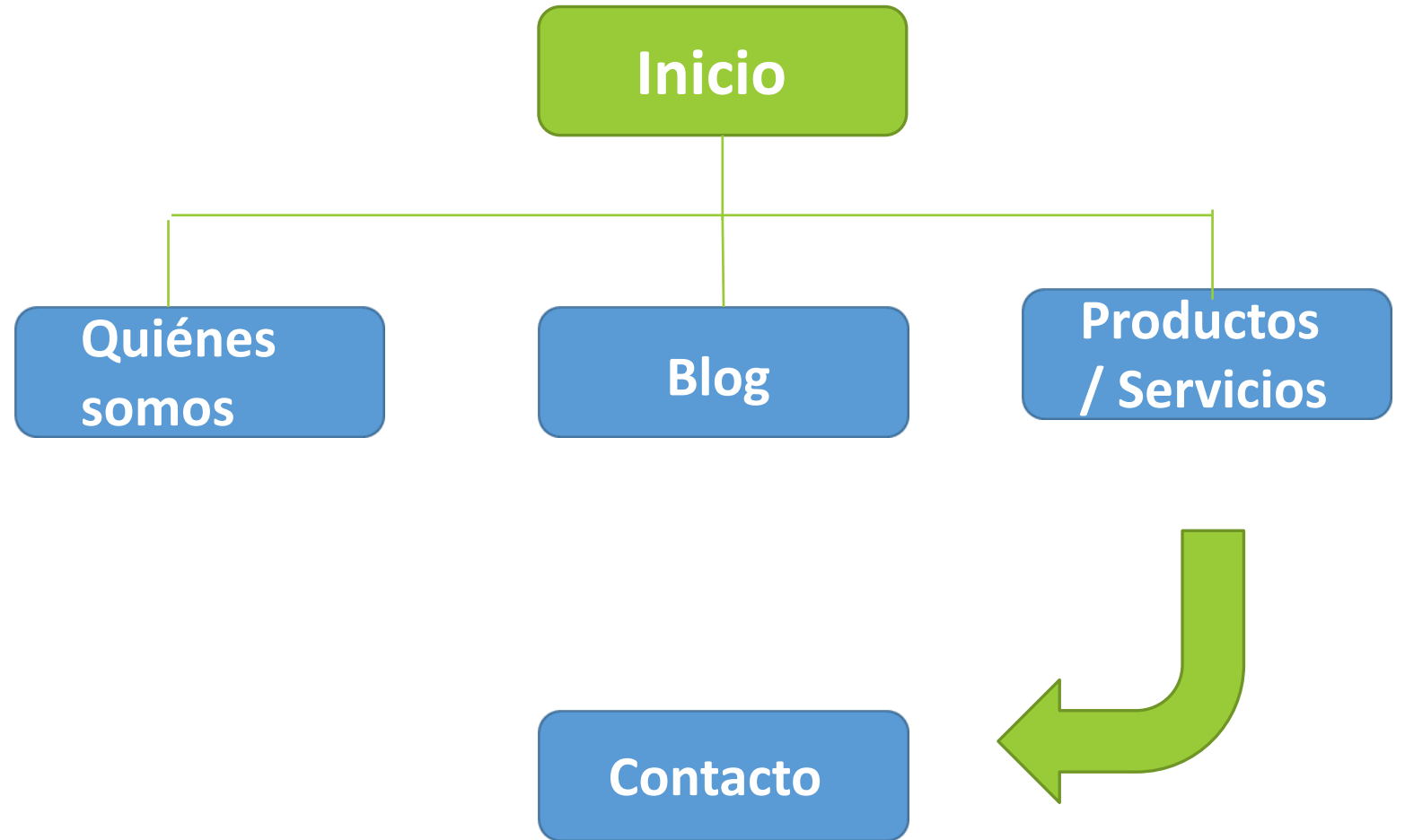
- Tener diseñado la navegación, la experiencia del usuario tenerlo en cuenta.
- Tener en cuenta las landing pages, entrega de valor (pdf gratis), página de ventas y la página de salida.
- Se necesita crear los procesos gracias al email marketing.
- Vigilar qué está pasando.
- Ver cómo la gente se comporta en Internet.

Diseño



- Se puede empezar por un diseño básico.
- Ver qué elementos son necesarios para despertar interés. Utilizar los colores corporativos. Imágenes creativas y personales.
- Valorar la utilización de plantillas.

Diseño web básico



Creación y administración



- Todo sitio web necesita mantenimiento.
- Estar a diario revisando y mejorando.
- Por eso es bueno ser nuestro propio administrador del sitio.
- Puedes instalar las aplicaciones, herramientas necesarias, hacer moderación, agregar comentarios, etc.

Promoción



- Tráfico orgánico. SEO (Search Engine Optimisation).
- Tráfico pagado. SEM (Search Engine Marketing – Google Ads)
- Conversiones (10 – 20%).

Plan para un diseño efectivo



- Audiencia. Diseño dirigido hacia tu cliente ideal.
- Diseño de tu marca.
- Propuesta de Valor.
- El proceso de venta (Definir llamada a la acción). Cómo llevar al usuario a que compren.

Plataformas automatizadas / Gestores de contenido (CMS Content Management System)

- Permite crear contenidos dentro del sitio web.
- Están diseñados para no profesionales en desarrollo web o programadores.
- Son herramientas muy flexibles para su creación y desarrollo gracias a su diseño, plugins, aplicaciones o módulos que se pueden incorporar.



PrestaShop



Según <https://tododigital.com.pa/disenio-web/mejores-cms-paginas-web-2020/>

WordPress

- Plataforma de código abierto y gratuito.
- Flexible y versátil por la cantidad de plugins y plantillas para el diseño del sitio web.
- Rápido aprendizaje.
- Comunidad robusta.
- Altamente utilizado por los proveedores de hosting (GoDaddy o HotGator).



WordPress

Temas.

Plantillas.

Otras funcionalidades
(plugins):

- Tiendas online.
- Cursos online.
- Directorios.
- Podcast.



Plataformas digitales

- Plataforma para comercio electrónico.
- Es uno de los líderes del comercio electrónico, con buenos beneficios.
- Permite varias gestiones de comercio electrónico de manera rápida, sencilla y a gran escala.
- Consta de automatización, integración, recuperación de carrito.



Plataformas digitales

- Es una buena herramienta buena y sencilla para empezar.
- Tiene ciertas limitaciones, para posicionamiento es más complejo a pesar de tener un módulo de SEO, no es ideal para atraer tráfico hacia ella.
- Es económica pero a su vez es costosa porque hay que invertir para lograr un buen posicionamiento y un tráfico.
- Es buena para emprender y validar ideas de negocio.



Plataformas digitales

- Plataforma para comercio electrónico.
- Muy robusta.
- Utilizada por desarrolladores.
- Tiene módulos que facilitan su funcionalidad.



PrestaShop

Plataformas digitales

- Plataforma para comercio electrónico.
- Muy robusta.
- Es buena utilizar si se cuenta con equipo de programadores profesionales.



Plataformas digitales

- Plataforma para negocio digital con un alcance muy grande, con gran reconocimiento.
- Propia para el marketing de afiliación.
- Es un marketplace, pero enfocada en educación.
- Permite hacer branding y obtener reconocimiento y a su vez consumen nuestros productos y servicios.



Redes sociales en Internet

Sitios web donde cada usuario tiene una página y publica contenidos y se comunica con otros usuarios.

Ejemplos: Facebook, Twitter, Hi5, Myspace, Two, Instagram, entre otras. También existen redes sociales profesionales, dirigidas a establecer contactos dentro del mundo empresarial (LinkedIn, Xing...).



Estrategia en Redes Sociales

Como marca, producto o empresa se repite una constante a la hora de diseñar la estrategia en *Social Media*:

¿Debemos estar en todas las redes?
Depende.

¿Cuáles son los **objetivos** de nuestra empresa o marca? Dependiendo de los objetivos que nos hemos marcado previamente en el **Plan de Marketing** y los **objetivos de comunicación**, tendremos que definir cuál será nuestra **estrategia en redes sociales**.



¿Qué debemos plantearnos?

- ¿Quién es nuestro cliente?
- ¿Dónde está; qué hace; cuándo y cómo lo hace?
- ¿Qué objetivo tenemos? (fidelizar, conseguir leads, crear marca...).
- ¿Qué acciones vamos a implementar, por qué canales y cuándo?
- ¿Qué impacto esperamos de nuestras acciones y cómo lo medimos?
- ¿Qué presupuesto tenemos y cómo medimos el ROI?
- ¿Cómo vamos a optimizar nuestra estrategia?, ¿qué hemos aprendido y qué podemos mejorar?



Importancia de las redes sociales para las empresas.

Generar una interacción en los **sitios de redes sociales** de la marca.

Las empresas han decidido invertir para tener presencia en las redes sociales, y aunque es cierto que no todas van de acorde con tu producto, existen algunas (las más populares) que encajan perfecto en tus estrategias de Marketing Digital y Publicidad.



Redes sociales con mayor popularidad.



Facebook

Es la red social número 1 en el mundo, teniendo aproximadamente 2740 Millones de usuarios.

Esta plataforma te permite crear una página para tu marca, que aunque cuenta con ciertas especificaciones o reglas.

Tiene un sistema 100% funcional para comprar publicidad dentro de la plataforma.



YouTube

La idea es idéntica a la de la televisión, donde hay varios canales disponibles. La diferencia es que los canales son creados por usuarios, donde ellos mismos crean el contenido.

El video es uno de los principales motores de la **publicidad online**.

Este tipo de publicidad va actualizándose según tendencias y experiencia de usuario.

Facilita menor precio, mayor alcance, mejor comunicación.



Instagram

Las fotos y vídeos cortos son lo más importante y a los usuarios les encanta actualizar más de una vez al día su perfil.

Actualmente ha implementado un sistema como el de Facebook y Twitter en el que puedes pagar por publicidad.

Son una gran opción para tu empresa sin importar su tamaño.



Twitter

Esta es una red social popular debido a su sistema de microblogging, ya que solo te permite un total de 140 caracteres por actualización.

Actualmente el 10% de todas las cuentas de Twitter son de empresas que buscan generar tráfico a su página web o simplemente dar atención al cliente.



LinkedIn

LinkedIn es una red social orientada a las empresas, los negocios y el empleo.

Partiendo del perfil personal de cada usuario la web pone en contacto a millones de empresas y empleados de todo el mundo.

LinkedIn es una oportunidad única de hacer contactos y negocios.



Tik Tok

El ecosistema de TikTok se está volviendo cada vez más amigable para las marcas.

Es posible incluir un link en la biografía del usuario y ejecutar campañas publicitarias.

Además de trabajar el branding y la visibilidad de los negocios para la captación de clientes.



WhatsApp Business

- Aplicación de mensajería instantánea para las empresas.
- Permite respuestas y mensajes automatizados.
- Se puede agregar información de la empresa.
- También crear grupos y medir estadísticas.
- Posibilita hacer varias automatizaciones como respuestas automáticas inmediatas, en ausencia o de saludo.
- Puedes hacer consultas de ventas, informar sobre los productos o servicios que se ofrecen.



Telegram

- Sirve para crear grupos o canales (para mensajes masivos) para crear información sobre nuestros temas afines.
- Permite hacer charlas entre usuarios, crear grupos y añadir personas.
- Permite personalizar sus funcionalidades como nombre, imagen, apariencia, texto, seguridad y privacidad, idioma, visibilidad, etc.
- Los bots, una parte importante dentro de esta aplicación y no se encuentra en WhatsApp, son pequeños programas que funcionan dentro de Telegram.



Telegram

Herramientas de analítica y medición

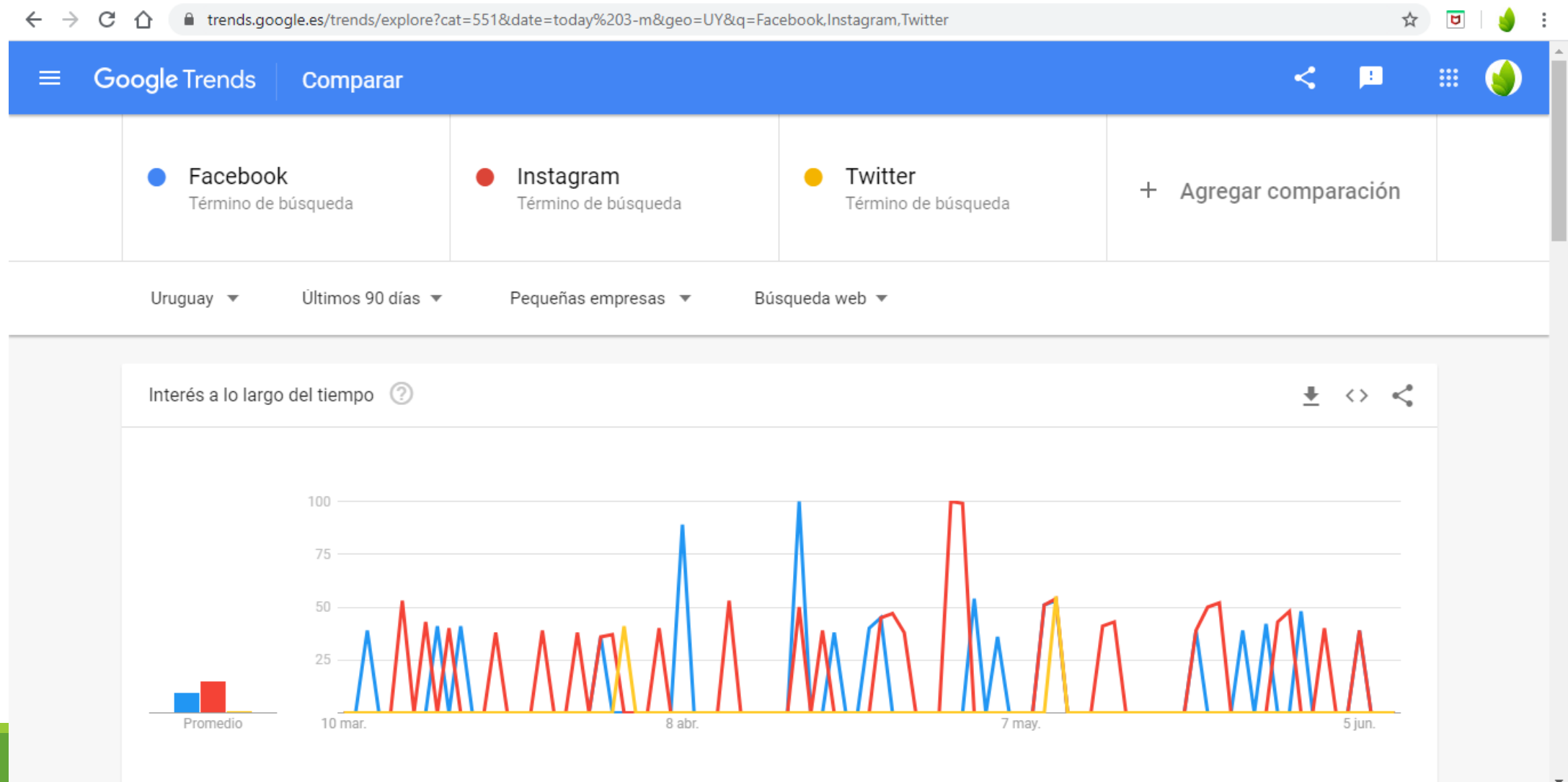


Características

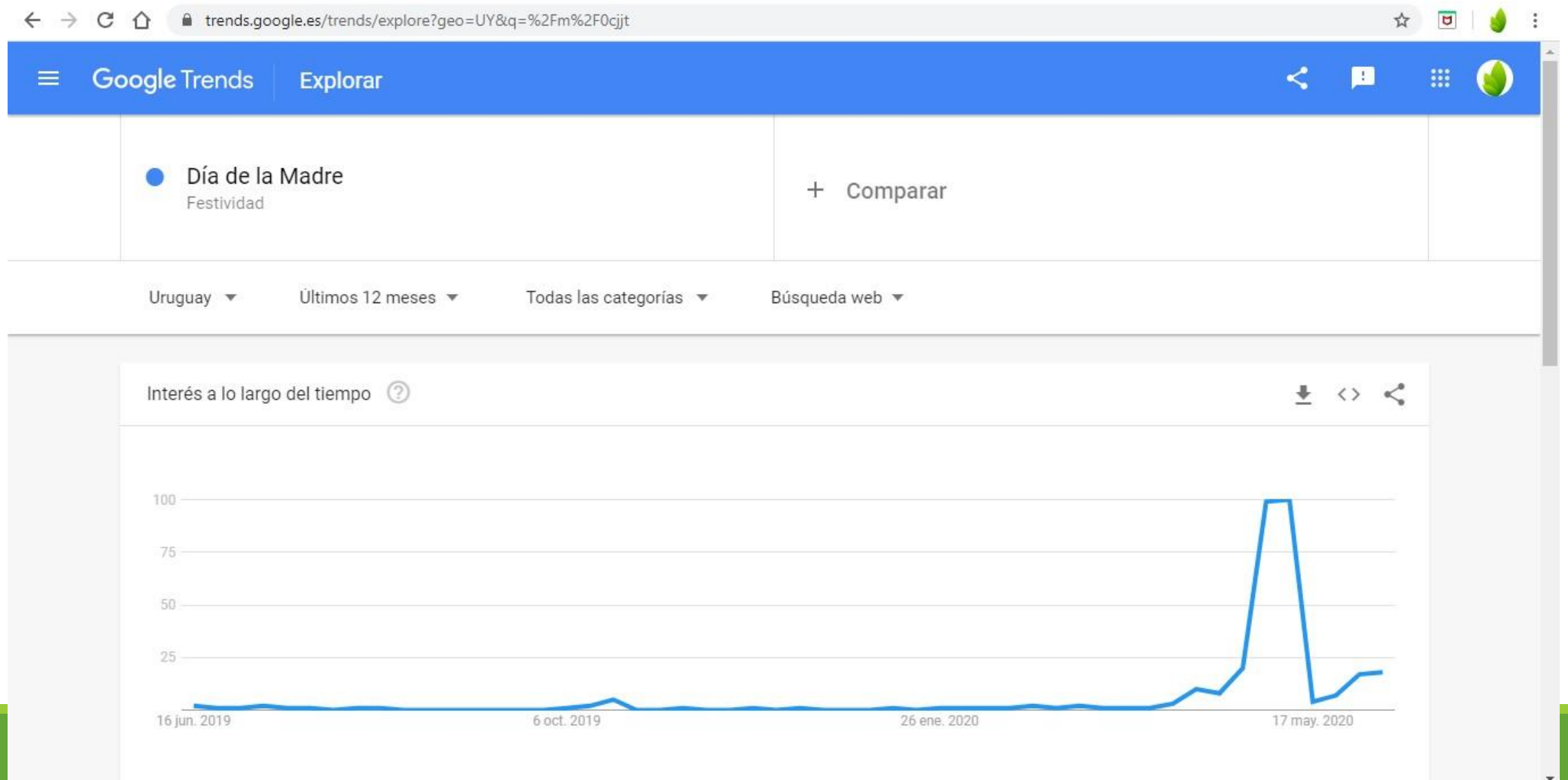
- Las cifras en volúmenes relativos.
- Muestra la tendencia de la palabra clave.
- Da la estimación evolutiva en un período de tiempo seleccionado.
- Podemos realizar búsquedas relacionadas con la palabra clave y gráficamente visualizamos y analizaremos las comparativas de región, tiempo, categorías y lugares de búsqueda.
- Nos da la posibilidad de ver las tendencias por año y diariamente.
- Permite exportar datos en un fichero (.CSV) que se abre con Excel.
- Podemos analizar los datos con más detenimiento y desarrollar tablas dinámicas con ellos.



Tráfico regular: búsquedas efectuadas durante todos los meses del año.



tráfico irregular. Búsquedas más frecuentes en determinadas épocas del año, por ejemplo el Día de la Madre, en mayo, y el resto del año casi desaparece.



¿Qué es Google Analytics?

- Herramienta de **analítica web**.
- Brinda información básica sobre nuestro sitio web, blog o redes sociales.
- **Ofrece métricas** sobre el comportamiento de los usuarios en el sitio web.
- También recoge **información más compleja** sobre el rendimiento de nuestra campaña en Google Adwords.
- Esta herramienta da la posibilidad de que con su **análisis** podremos ver dónde estarían los fallos y perfeccionarla.



Google Analytics

Tipos de informes

Tiempo real: cantidad de visitantes que tienes en el momento.

Audiencia: quiénes son tus visitantes, cómo son, qué dispositivos usan, de dónde son.

Adquisición: desde qué canal vienen las visitas a tu web.

Comportamiento: qué hacen los usuarios en tu web una vez que entran, secuencia de páginas que recorren.

Conversiones: puedes configurar los objetivos que quieres con tu web y Google los mide automáticamente, también da información de tu tienda online.

¿Qué es Google My Business?

- Facilita a las empresas a gestionar su presencia en Internet.
- Vincula una empresa con el entorno.
- Puedes ofrecer información relativa a tu negocio.
- Permite 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.



Ventajas de utilizar Google My Business

- Es una forma de aparecer en las primeras posiciones.
- Ubica a los usuarios de Internet en los negocios relacionados con la búsqueda que se haga.
- Permite hacer valoraciones y reseñas por los clientes y en caso necesario responder. Es una forma de interactuar.
- Puedes consultar de dónde proceden las búsquedas como tipos de dispositivos y visitas hacia tu sitio; es una forma de mejorar tu posicionamiento SEO.

Herramientas de email-marketing



Herramientas de email-marketing

- 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 10000 emails al mes.
- Cuenta con integración con WordPress, Google Analytics y las redes sociales. Podrás analizar informes de entrega, configurar y enviar correos electrónicos automáticos.



Herramientas de email-marketing

- 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.

The logo for ActiveCampaign is displayed on a solid blue rectangular background. The text "ActiveCampaign" is written in a white, sans-serif font, followed by a white chevron symbol pointing to the right.

ActiveCampaign ➤

¿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.
- 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.
- 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 venta se encuentra.



Camino para lograr la conversión de los visitantes.



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

Camino para lograr la conversión de los visitantes.



The screenshot shows a web browser window with the URL `promo.mailrelay.com/email-marketing-gratis/`. The page has a blue header with the "Mailrelay" logo. The main content is centered on a white background and features the following text:

**Quedan 3 meses para cerrar el año.
Son, además, los mejores meses para vender.
Si quieres los puedes aprovechar muy bien**

Envía hasta 75.000 mails/mes gratis
Sin publicidad, sin logotipos

...

**Envía Gratis hasta 75.000 emails cada mes, y
gestiona hasta 15.000 contactos. Gratis.**

Haz lo mismo, paga menos, vende más, obtén
más beneficios, sin complicaciones

Tu nombre: *

Y tu email: *

Crear mi cuenta gratuita ahora

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.

Camino para lograr la conversión de los visitantes.

¡Gracias por suscribirte!



¿Preparad@? A partir de ahora recibirás nuestras actualizaciones directamente en tu email. Es, oficialmente, el primer día del resto de tu vida digital.



Descarga la guía definitiva de Inbound Marketing

La quiero

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

Camino para lograr la conversión de los visitantes.



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

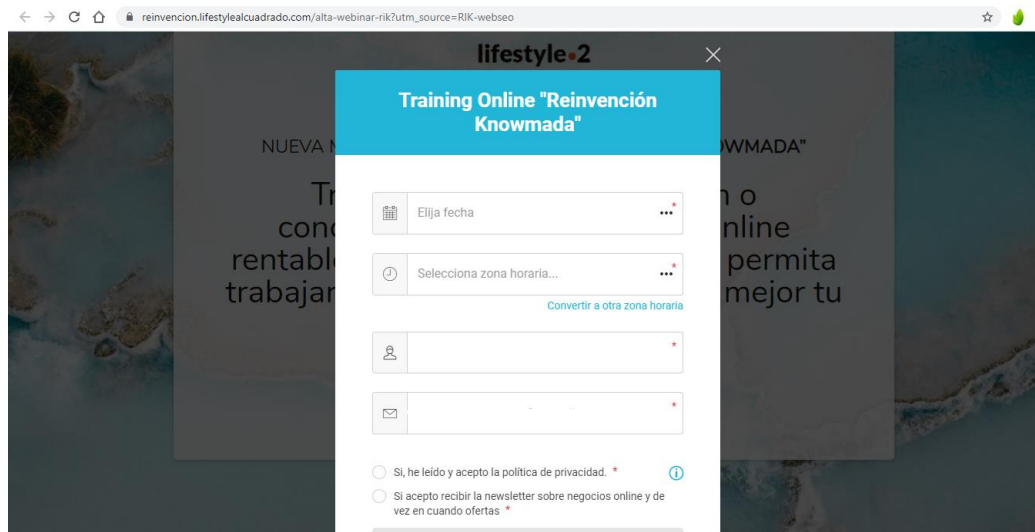
Utilidades del Lead Magnet:



- 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.

Recursos que se pueden utilizar:

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

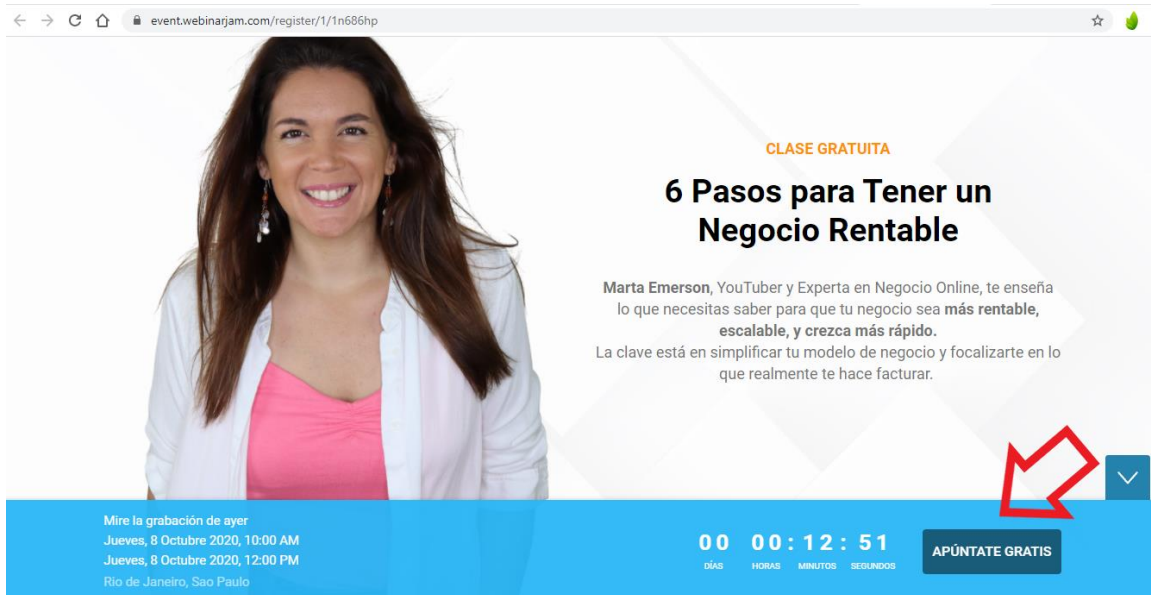


The image shows a web browser window displaying a registration form for a training course. The browser's address bar shows the URL: `reinencion.lifestylealcuadrado.com/alta-webinar-rik?utm_source=RIK-webseo`. The form is titled "Training Online 'Reinención Knowmada'" and is overlaid on a dark background with some text visible through the semi-transparent overlay. The form fields include:

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

Recursos que se pueden utilizar:

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



The screenshot shows a web browser window with the URL event.webinarjam.com/register/1/1n686hp. The page features a large photo of a smiling woman, Marta Emerson, on the left. To her right, the text reads: **CLASE GRATUITA**, **6 Pasos para Tener un Negocio Rentable**, and a description of the course. At the bottom, there is a blue banner with a timer showing 00:00:12:51 and a button labeled 'APÚNTATE GRATIS'. A red arrow points to the 'APÚNTATE GRATIS' button.

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

Recursos que se pueden utilizar:



Webinars. 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.

Recursos que se pueden utilizar:



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.

Recursos que se pueden utilizar:

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



The screenshot shows a web browser window with the URL lifestylealcuadrado.com/como-crear-un-lead-magnet/. The website header includes the logo "lifestyle•2" and navigation links: Home, Acerca de, Trainings, Knowmadas digitales, Masterclass gratuita, Blog, and Login. The main content area features a large image of a group of people with the text "CÓMO CREAR UN LEAD MAGNET Y CONSEGUIR MILES DE ALTAS PARA TU BLOG DE UNA VEZ POR TODAS". Below this, there is a paragraph: "Ya me has oído miles de veces decirte que **necesitas al menos 1000 suscriptores cualificados** para poder conseguir ingresos decentes con tus ventas online. Pero has echado cuentas... y al ritmo que vas necesitarás que llegue el 2020 para conseguirlo." To the right, there is a sidebar with a circular profile picture of a man and the text "¿HARTO DE NUNCA SABER QUE PASOS DAR?". Below this, it says "Reserva ya tu sesión 1 a 1 «Claridad Total» y saldrás con un plan de acción cristalino para llegar a tus metas a 12 meses vista. Si vas en serio y valoras tu tiempo, esta sesión es para ti." At the bottom of the sidebar is an orange button that says "¡SÍ! ORIENTAME, FRANCK". A black arrow points from the sidebar towards the main content area.

Recursos que se pueden utilizar:

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

The screenshot displays the Cyberclick website interface. At the top, a red navigation bar contains the Cyberclick logo and menu items: CONÓCENOS, FUNNEL ADVERTISING, SERVICIOS, PROYECTOS, ACADEMY, BLOG, EVENTO, and CONTACTO. Below the navigation bar, the page title is "Funnel Advertising" with the subtitle "Las acciones más adecuadas según cada fase". The main content area 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). The TOFU stage includes Social Ads Awareness, Content Marketing, and Digital Science. The MOFU stage includes Social Ads Adquisición, Social Ads Leadgen, Social Ads Prospecting, and Emailing de captación. The BOFU stage includes Social retargeting purchase, Social lookalike, Remarketing, and Afiliación. A red arrow points from the social media icons (Facebook, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, and a share icon) on the left towards a red pop-up box. The pop-up box contains the text: "¿Quieres saber lo último en marketing online?", "Se parte de nuestra comunidad y recibe cada mes los mejores contenidos e ebooks gratis.", and a "¡Suscríbete ya!" button.

Recursos que se pueden utilizar:



DESCARGAR COMPLETO

[DA CLICK AQUÍ](#)



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.

Recursos que se pueden utilizar:

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.

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.



Recursos que se pueden utilizar:

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

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.



Recursos que se pueden utilizar:

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.

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.



Recursos que se pueden utilizar:

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.



Recursos que se pueden utilizar:

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 (podcats, vídeos, post u otro formato) para mantener una continuidad.



Recursos que se pueden utilizar:

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.



Encuesta de satisfacción del cliente

4. ¿Qué tan probable es que recomiendes esta empresa a un amigo o compañero de trabajo?

Nada probable Extremadamente probable

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Pregunta 4 de 10



Consejos para hacer lead magnet efectivos:



- Debe ser corto y preciso.
- Comparte contenido de valor.
- Redacta un título atractivo.
- Evita los storytellings personales.
- Utiliza infografías.

¿Qué es una landing page?

Un landing page (o páginas de aterrizaje) es una página web a la que llegarán los usuarios al hacer clic en un Linck de una publicación o de un anuncio publicitario en concreto.

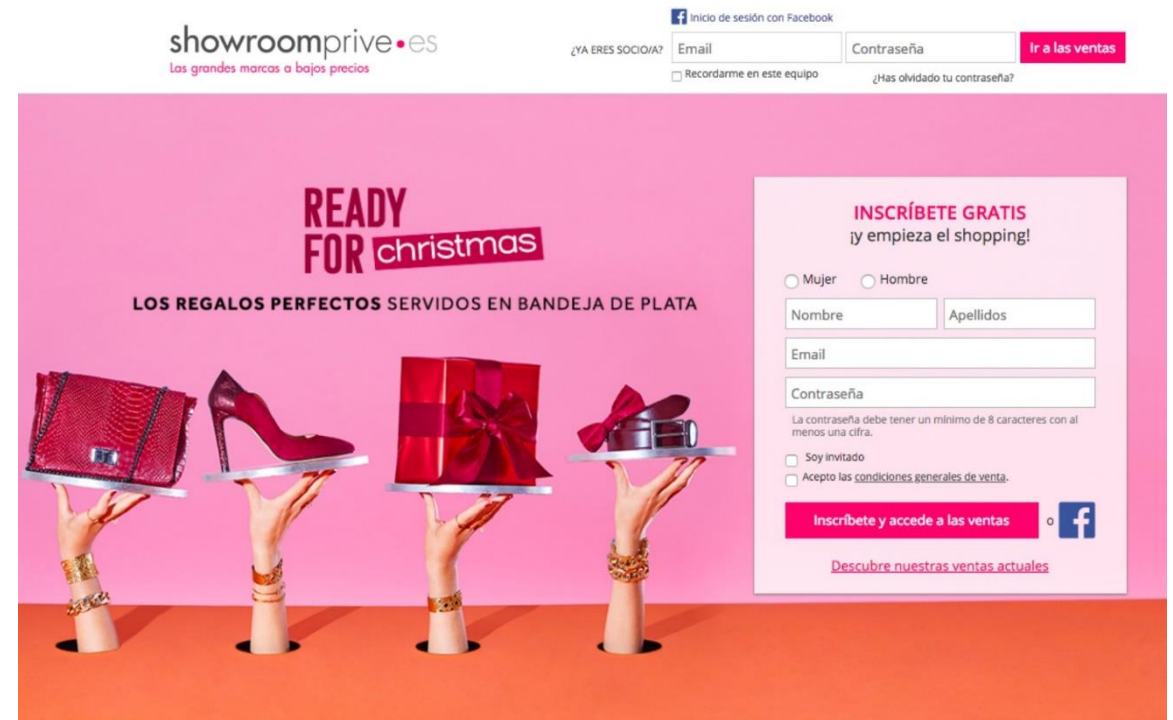
Las mismas están diseñadas específicamente con el objetivo de convertir a los visitantes en leads.



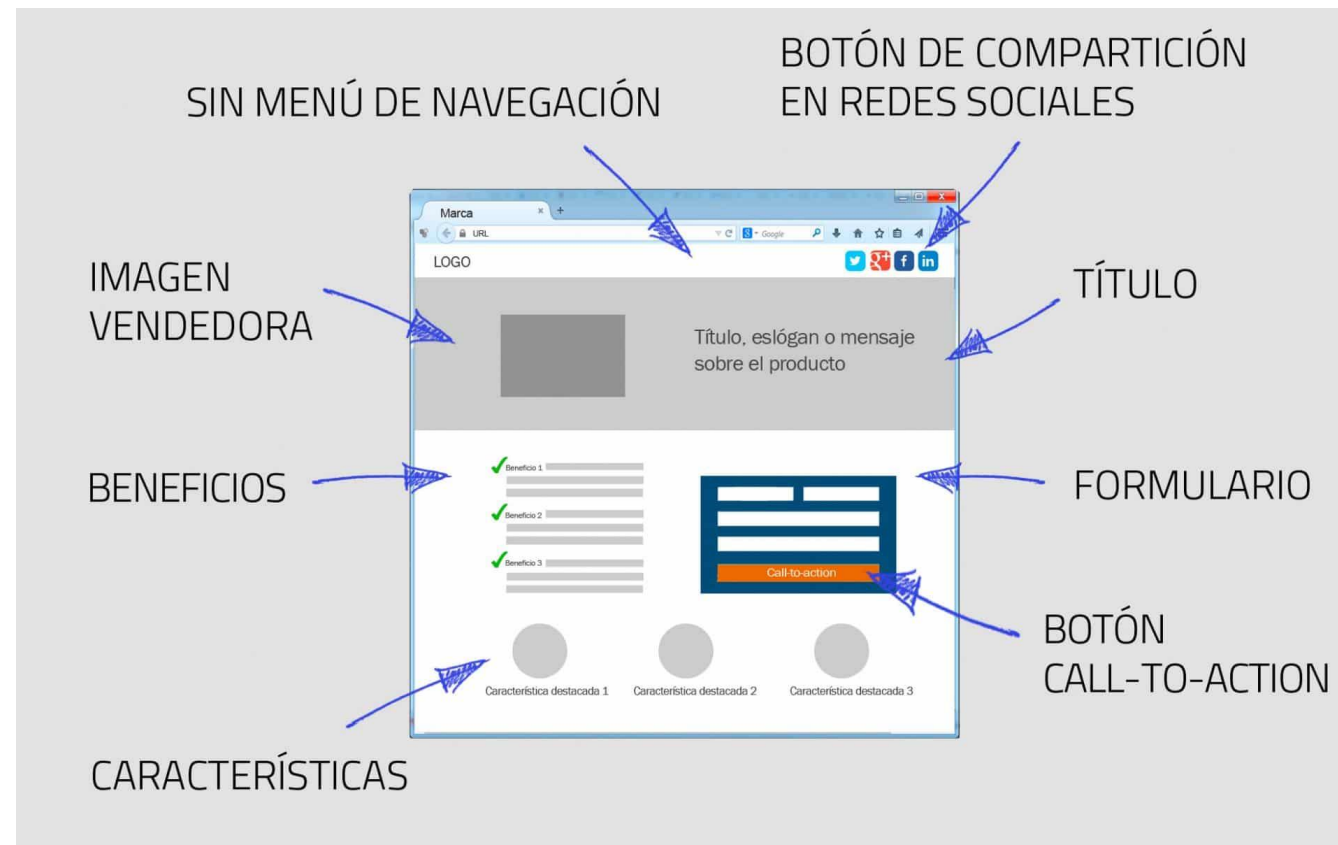
The image shows a landing page for MDirector, an email marketing platform. The page has a blue background and features the MDirector logo at the top left. The main headline reads "REGÍSTRATE Y PRUEBA GRATIS NUESTRA PLATAFORMA DE EMAIL MARKETING". Below this, there is a list of six benefits, each preceded by a green checkmark icon: "Alta sin tarjetas de crédito", "En 2 minutos podrás estar enviando tu campaña", "Sube hasta 5.000 contactos sin coste", "Envía gratis 5.000 emails al mes", "Prueba sin límites de tiempo", and "Amplía tu capacidad de envío a precios competitivos". On the right side, there is a registration form titled "PRUÉBANOS GRATIS REGÍSTRATE AHORA" with a red envelope icon. The form includes fields for "Nombre", "Apellidos", and "Correo electrónico (lo usará para entrar a MDirector)". There is a checkbox for "Acepto la política de privacidad y de cookies de MDirector". A prominent orange button labeled "PRUEBA GRATIS" is positioned below the form, with a link "Si ya tienes una cuenta Haz clic aquí" underneath. At the bottom of the form area, there is a link: "¿Necesitas más información? Ponte en contacto con nosotros". The footer of the page contains the text: "Todo tu marketing digital en un solo lugar", "La primera y única herramienta de comunicación Cross-Channel.", and "Capta mediante nuestro generador de landing pages y comunícate en todos los canales: Email, Mobile, Display y Social Ads."

¿Para qué sirve una landing page?

- Conseguir suscriptores
- Ventas de afiliados
- Conseguir que contacten contigo
- Vender algún producto o servicio
- Conseguir leads
- Conseguir seguidores y que compartan tu página en las redes sociales
- Visualizaciones de vídeos



Principales elementos de una landing page



Características de una landing page (I)

- Escribir un titular llamativo.
- Contar el beneficio a obtener.
- Hacer tu contenido deseable.
- Eliminar vías de escape.
- Optimizar campos del formulario.



The image shows a landing page for MDirector. At the top left is the MDirector logo. The main heading reads 'REGÍSTRATE Y PRUEBA GRATIS NUESTRA PLATAFORMA DE LANDING PAGES'. Below this is a list of five benefits, each with a green checkmark icon: 'Alta sin tarjetas de crédito', 'En 2 minutos podrás crear tu landing page', 'Prueba gratis durante 15 días', 'Crea landings sin conocimientos técnicos', and 'Te atendemos en español'. To the right is a registration form with the heading 'PRUÉBANOS GRATIS REGÍSTRATE AHORA'. The form includes input fields for 'Nombre', 'Apellidos', and 'Correo electrónico (lo usará para entrar a MDirector)'. There is a checkbox for 'Acepto la política de privacidad y de cookies de MDirector'. A prominent orange button says 'PRUEBA GRATIS'. Below the button is a link: 'Si ya tienes una cuenta Haz clic aquí'. At the bottom of the form area, there is a link: '¿Necesitas más información? Ponte en contacto con nosotros'. The footer of the page contains the text: 'Todo tu marketing digital en un solo lugar', 'La primera y única herramienta de comunicación Cross-Channel.', and 'Capta mediante nuestro generador de landing pages y comunícate en todos los canales: Email, Mobile, Display y Social Ads.'

Características de una landing page (II)

- Guiar al usuario hacia el objetivo.
- Tener un único objetivo.
- Incluir premios y testimonios.
- Crear contenido personalizado.



Blog Aware

¡Conoce más sobre como vemos la salud desde nuestro modelo sistémico!

¡Suscríbete a nuestro Blog!

Recibe contenido desarrollado por nuestro médicos sobre temas relevantes de Salud desde nuestro enfoque sistémico.

Nombre completo*

Email*

1 + 10 = ?

SUSCRÍBETE

Nos comprometemos a NO utilizar su información de contacto para enviar SPAM

¿De dónde proceden los usuarios que aterrizan en una landing page?

Los navegantes (usuarios de Internet) generalmente llegan a una landing page producto de un CTA realizado en algún botón, suscripción o desde un post en las redes sociales.

Hay seis canales genéricos desde donde se puede hacer tráfico a una landing page, a partir de un objetivo de marketing.



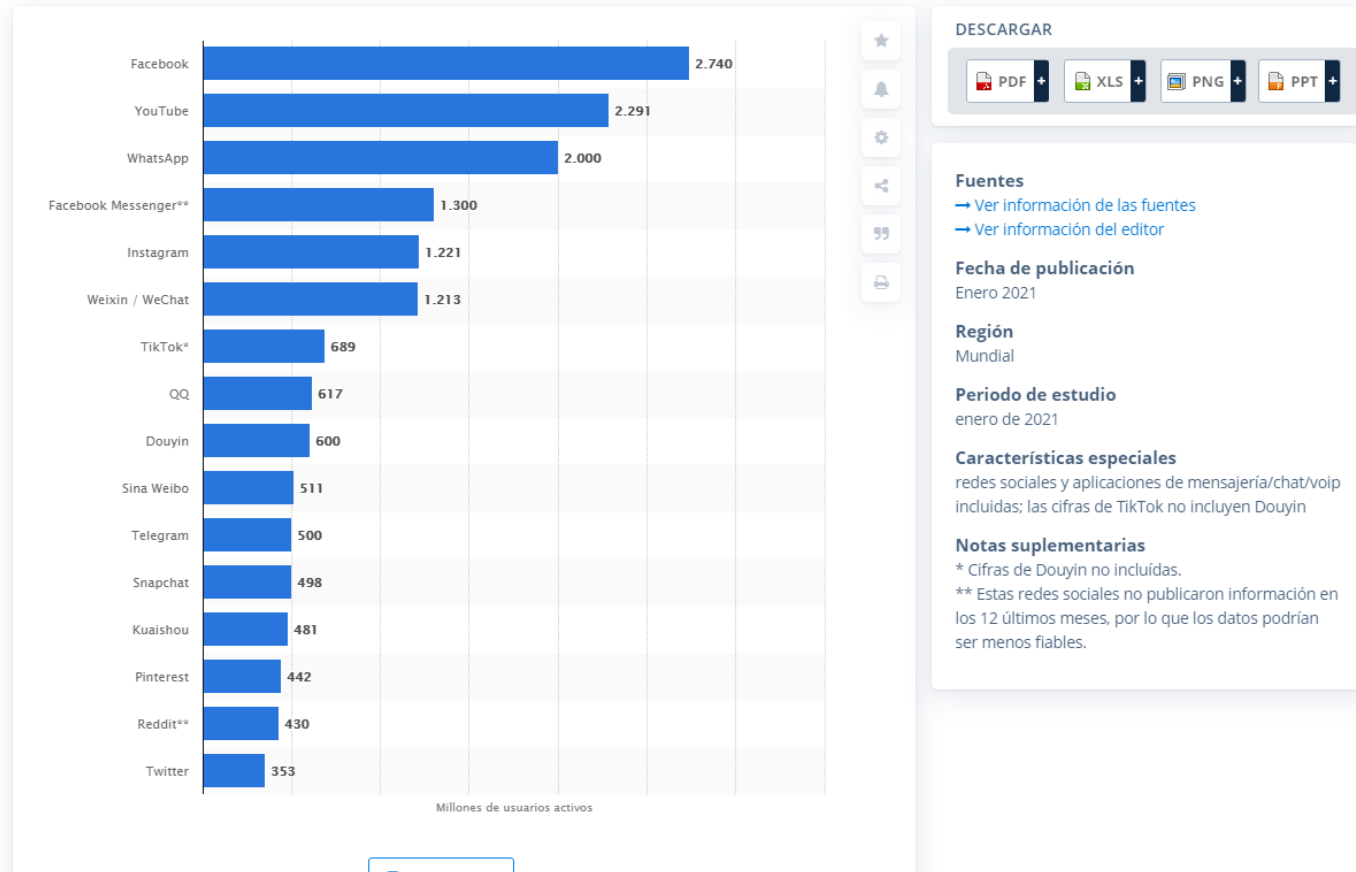
Redes sociales con mayor popularidad.

Internet > Social media y contenido creado por el usuario

PREMIUM +

Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2021

(en millones)



DESCARGAR



Fuentes

→ Ver información de las fuentes
→ Ver información del editor

Fecha de publicación

Enero 2021

Región

Mundial

Periodo de estudio

enero de 2021

Características especiales

redes sociales y aplicaciones de mensajería/chat/voip incluidas; las cifras de TikTok no incluyen Douyin

Notas suplementarias

* Cifras de Douyin no incluidas.

** Estas redes sociales no publicaron información en los 12 últimos meses, por lo que los datos podrían ser menos fiables.

statista
Content & Design

INFORMATION & DESIGN

Gain more awareness, trust and leads.



LEARN MORE

Facebook

- Es la red social número 1 en el mundo, teniendo aproximadamente 2740 Millones de usuarios.
- Esta plataforma te permite crear una página para tu marca (Facebook Ads), que aunque cuenta con ciertas especificaciones o reglas.
- Tiene un sistema 100% funcional para comprar publicidad dentro de la plataforma.



YouTube

- Los canales son creados por usuarios, donde ellos mismos crean el contenido.
- El video es uno de los principales motores de la **publicidad online**.
- Este tipo de publicidad va actualizándose según tendencias y experiencia de usuario.
- Facilita menor precio, mayor alcance, mejor comunicación.



Instagram

- Las fotos y vídeos cortos son lo más importante.
- Instagram ha implementado un sistema como el de Facebook y Twitter en el que puedes pagar por publicidad.
- Es una gran opción para tu empresa sin importar su tamaño.



Twitter

- Debido a su sistema de microblogging, ya que solo te permite un total de 140 caracteres por actualización.
- Actualmente el 10% de todas las cuentas de Twitter son de empresas que buscan generar tráfico a su página web o simplemente dar atención al cliente.



LinkedIn

- **LinkedIn orientada a las empresas, los negocios y el empleo.**
- Cada usuario libremente revela su experiencia laboral y sus destrezas o habilidades, la web pone en contacto a millones de empresas y empleados de todo el mundo.
- **LinkedIn es una oportunidad para hacer contactos y negocios.**



Tik Tok

- El ecosistema de TikTok se está volviendo cada vez más amigable para las marcas.
- Es posible incluir un link en la biografía del usuario y ejecutar campañas publicitarias.
- Además de trabajar el branding y la visibilidad de los negocios para la captación de clientes.



WhatsApp Business

- Aplicación de mensajería instantánea para las empresas.
- Permite respuestas y mensajes automatizados.
- Se puede agregar información de la empresa.
- También crear grupos y medir estadísticas.
- Posibilita hacer varias automatizaciones como respuestas automáticas inmediatas, en ausencia o de saludo.
- Puedes hacer consultas de ventas, informar sobre los productos o servicios que se ofrecen.



Telegram

- Sirve para crear grupos o canales (para mensajes masivos) para crear información sobre nuestros temas afines.
- Permite hacer charlas entre usuarios, crear grupos y añadir personas.
- Permite personalizar sus funcionalidades como nombre, imagen, apariencia, texto, seguridad y privacidad, idioma, visibilidad, etc.
- Los bots, una parte importante dentro de esta aplicación y no se encuentra en WhatsApp, son pequeños programas que funcionan dentro de Telegram.



Telegram

ABC de las Estrategias de Marketing Digital



¿Qué buscamos?

¿A quién queremos impactar?

¿En qué canales tenemos que hacerlo?

¿Cuáles son los formatos adecuados?

¿Qué tenemos mediremos?

Estrategias de Marketing de Afiliación

- Orientada a generar ingresos de la relación establecida entre el anunciante y el afiliado, entre la marca y el partner.
- Mecanismo eficaz si se trabajan los detalles del proceso
- La empresa ofrece el servicio o producto, da una comisión por las ventas derivadas o conseguidas por el partner o afiliado.



Estrategia de e-mail Marketing



- Consiste en utilizar de una manera estratégica el e-mail para establecer comunicaciones con nuestros clientes y/o potenciales clientes.
- Es una de las estrategias más efectivas y con interesantes tasa de apertura, de lectura y de conversión.

Estrategia de video marketing



- El contenido audiovisual debe captar la atención y el interés del espectador.
- En un entorno en el que cada vez hay más webs, en el cada vez hay más contenido de todo tipo, debemos buscar la diferenciación; y el video puede ser la solución.
- Hay que buscar la duración justa para que nuestra audiencia lo consuma, pues cada vez se consumen contenidos de menor duración.

Estrategia de marketing con influencers



- Es una estrategia para ganar credibilidad sectorial, confianza y aumentar la comunidad de seguidores a través de los influencers o personas influyentes a nivel digital de tu sector o actividad.
- La clave está en saber seleccionar los influencers que realmente impacten en nuestro target y que nos ayuden a construir una sólida relación con la comunidad.

Marketing de fidelización



Diseñar modelos que nos ayuden a conocer mejor a nuestros compradores. Cuáles son sus gustos, sus hábitos de consumo y de compra, sus costumbres, lo que les gusta y lo que no.

Con esta información podremos personalizar los mensajes de la marca estableciendo un fuerte vínculo, duradero y rentable.

El marketing de fidelización no es sólo regalar descuentos, es establecer un vínculo, una comunicación fluida.

Estrategia de Marketing de contenido



- Es la base de todo el marketing digital porque tod@s acudimos al mundo digital para buscar información y datos.
- Esta estrategia es fácil a priori pero no siempre se hace del modo correcto.
- Consiste en que la marca genere contenido de valor, de utilidad, relevante para su audiencia. Un contenido relacionado con el sector, con la actividad. Potenciamos que es lo mejor que hace la marca por el individuo, por el cliente y por la sociedad.

MUCHAS GRACIAS



**Emprender
Ideas**

www.emprender-ideas.com