

Comercio Electrónico Sesión 5

Enrique Rodríguez Santamaría

-
1. Introducción al comercio electrónico
 2. Tipos de comercio electrónico
 3. Distribución y logística
 4. Redes sociales aplicadas al comercio electrónico
 5. Publicidad digital
 6. El buscador de Google

Comercio Electrónico



Publicidad
Digital

Descanso
15 min

Comercio Electrónico

Publicidad
Digital

Descanso
15 min

El Buscador de
Google

Descanso
15 min

Comercio Electrónico

Publicidad
Digital

Descanso
15 min

El Buscador de
Google

Descanso
15 min

Google maps
Google
Business profile

5. Publicidad Digital

1. **Email Marketing**
2. **Afiliación**
3. **Banners**
4. **Publicidad en Google**
5. **Redes Sociales**

Comercio Electrónico



Conceptos

Para conseguir los objetivos de venta y optimizar el presupuesto invertido de nuestro comercio electrónico es importante conocer las distintas herramientas de publicidad digital que podemos utilizar para obtener el máximo retorno posible

Comercio Electrónico



5 Publicidad Digital



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing

Consiste en comunicarse con correos electrónicos a una base de datos de contactos, como pueden ser tus clientes potenciales

- Base de datos propia
- Base de datos de terceros ([Ojo lista robinson](#))

- Es muy importante tener una buena lista de correos electrónicos
- Hay que tener cuidado con el spam
- Importancia el Título para enganchar
- Contenidos atractivos y acorde al tema



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing MailChimp crear cuenta



Precios



Creación rápida de correos electrónicos con plantillas premium

Ayuda a mejorar la interacción de los clientes con plantillas personalizables diseñadas profesionalmente, disponibles en cualquier plan de pago.

Iniciar prueba gratuita

¿Tienes una pregunta sobre Mailchimp? ¿En qué puedo ayudarte?

¿Es Mailchimp para mí?

Necesito ayuda con mi cuenta de Mailchimp

Conseguir conversiones con automatizaciones

Crear más rápido con IA generativa

Habla con nosotros



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



Correo electrónico

Automatizaciones

Sitio web

Página de destino

Asistente creativo

Formulario de registro

Encuestas

Anuncio

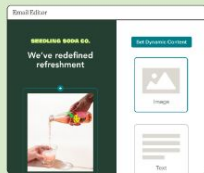
Publicación en redes sociales

Postal

Crea algo que llame la atención

Se basa en las prácticas recomendadas

Prueba a crear una de estas opciones:



Correo electrónico ordinario

Utiliza nuestro generador de correo electrónico para lanzar una campaña en cuestión de minutos.

[Diseñar correo electrónico](#)



Automatización

Configura automatizaciones de correo electrónico que personalicen tu marketing y te permitan ahorrar tiempo.

[Crear un recorrido](#)



Página de destino

Crea una página de destino que permita a los usuarios registrarse para recibir promociones o descuentos de productos.

[Crear página de destino](#)

5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



Salir

Borrador

Finalizar más adelante

Enviar

Sin título

Editar nombre

<input checked="" type="checkbox"/> A ¿A quién envías este correo electrónico?	Añadir destinatarios
<input checked="" type="checkbox"/> De ¿Quién envía este correo electrónico?	Añadir de
<input checked="" type="checkbox"/> Asunto ¿Cuál es la línea de asunto de este correo electrónico?	Añadir asunto
<input checked="" type="checkbox"/> Hora de envío Enviar ahora	Editar hora de envío
<input checked="" type="checkbox"/> Contenido Diseña el contenido de tu correo electrónico.	Diseñar email

Nuevo



Ahora, los parámetros configuración de la hora de envío se encuentran en un solo lugar. Haz una selección aquí para enviar o programar tu correo electrónico.

Entendido.

5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.
2. **Las bases de datos deben ser bases de datos contrastadas y verídicas.**



5 Publicidad Digital

5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.
2. Las bases de datos deben ser bases de datos contrastadas y verídicas.
3. **Las ofertas que se envíen deben ser puntuales e interesantes, ya que si se convierten en un continuo envío de mensajes, el receptor puede cansarse de recibirlos y puede enviar dicho correo a la bandeja de spam y así habremos perdido potenciales clientes para nuestro producto**



5 Publicidad Digital

5.2 Afiliación

El marketing de afiliación supone la promoción de productos de otras empresas o personas a cambio de una comisión por cada venta de dicho producto

- Los productores pueden tener canales de venta no solo a través de un vendedor sino de varios
- Seleccionar las plataformas acorde al producto ofrecido en el programa de afiliación

Ejemplos



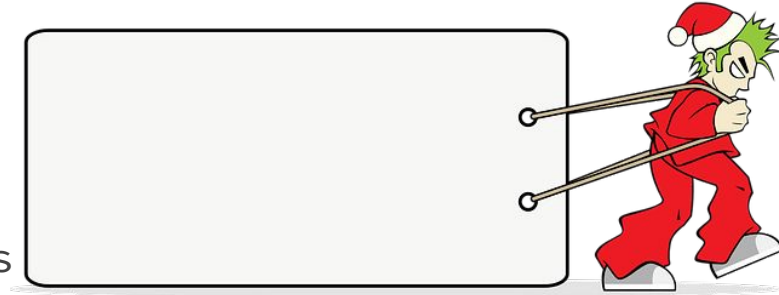
5 Publicidad Digital

5.3 Banner

Un banner es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña

- Suele ser un gráfico animado con enlace a un sitio web
- Un diseño adecuado y poco intrusivo

[Ejemplos](#)



5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM



Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. **Google Adsense**, Poner anuncios de otros en tu sitio web para ganar dinero por click
 - a. Entrar en Google Adsense
 - b. Registrar tu página y esperar la validación
 - c. Aparece un banner en tu web donde cobras por objetivos

5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM acceso a adsense

Google AdSense

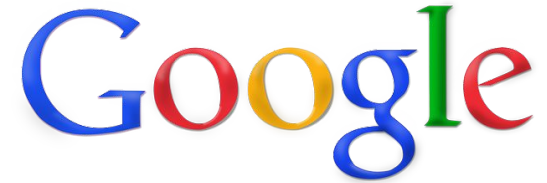
[Página principal](#) [Soluciones](#) [Historias de éxito](#) [Recursos](#) [Blog](#) [Acceder](#) [Comenzar](#)



Valoramos su contenido

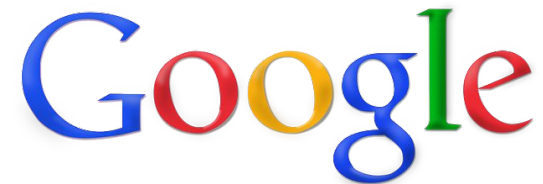
Crear contenido lleva tiempo, pero hacerlo rentable debería ser rápido

[Comenzar](#)



5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM ejemplo adsense



En Galego Texto a buscar en... Edición digital Escucha **RadioVoz** Newsletters Réplica edición impresa **Susíbete** Iniciar sesión



CARBALLO 21º/8º JUEVES, 10 DE OCTUBRE DE 2019

PORTADA GALICIA LOCAL ECONOMÍA ESPAÑA INTERNACIONAL OPINIÓN DEPORTES SOCIEDAD CULTURA MARÍTIMA HEMEROTECA

TU EDICIÓN: A CORUÑA A MARIÑA AROUSA BARBANZA CARBALLO DEZA FERROL LEMOS LUGO OURENSE PONTEVEDRA SANTIAGO VIGO

vimeo Simplify your workflow. Amplify your impact. [Get started →](#)

CULTURA

Así se elige el Nobel de Literatura y estos son los que suenan para los dos premios de



CERTAME



5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM



Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. Google AdSense, Poner anuncios de otros en tu sitio
2. **Google Ads** Pago por clic PPC
 - a. Campañas de búsqueda
 - b. Campañas Display mostrar anuncios gráficos
 - c. Anuncios de compras. Título precio y breve descripción
 - d. Anuncios Video para Youtube
 - e. Máximo rendimiento todo en uno

Sistema de subastas en tiempo real.

5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM ADS

The screenshot displays the Google Ads interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar una página o una campaña". To the right, there are navigation icons for "Diseño", "Actualiz...", "Ayuda", and "Notificacion es". Below the search bar, there are two dropdown menus: "Vista (2 filtros)" with "Todas las campañas" selected, and "Campañas (12)" with "Seleccionar una campaña" selected. Below these are filter buttons for "Estado de la campaña: Todos", "Estado del grupo de anuncios: Todos", and "Añadir filtro". A "Guardar" button is also present. The main section is titled "Vista general" and includes a date range selector set to "10 jun - 31 ago de 2017" and a "Mostrar últimos 30 días" link. A prominent blue button says "+ Nueva campaña". To the right of this button are "Descargar" and "Comentarios" icons. Below this is a "Estadísticas de diagnóstico" section with a message: "Te damos la bienvenida a Google Ads. Empieza a publicar anuncios creando tu primera campaña. Las campañas te permiten promocionar tus productos o servicios en la inmensa red de resultados de búsqueda de Google, así como en sitios web, vídeos, aplicaciones móviles y servicios de comparación de precios, entre muchos otros canales." Below the message is a "Configurar una campaña" button. At the bottom, there are two summary cards: "Cambios más importantes" showing "Los cambios más importantes en tus campañas y grupos de anuncios" for the period "10 jun - 31 ago de 2017" compared to "19 mar - 9 jun de 2017", and "Campañas" showing "Resumen del rendimiento de tus campañas".

5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM ADS



Google Ads interface showing a paused campaign. The main message states: "No se está publicando ninguno de tus anuncios - Tus campañas y tus grupos de anuncios se han pausado o retirado. Habilítalos para empezar a mostrar anuncios." The interface includes a sidebar with navigation options like "Vista general", "Estadísticas e informes", and "Palabras clave de búsqueda". The main content area displays a table of search terms with columns for "Palabra clave", "Tipo de concordancia", "Estado", "CPC máx.", "URL final", "Clics", "Impresiones", "CTR", "CPC medio", and "Costo". All listed search terms are in a "Retirado" (Retired) state.

Palabras clave de búsqueda	Palabras clave de búsqueda negativas
<input type="checkbox"/> ● [creacion paginas web]	<input type="checkbox"/> ● [desarrollo web]
<input type="checkbox"/> ● [desarrollo software]	<input type="checkbox"/> ● [diseño y desarrollo web]

Palabra clave	Tipo de concordancia	Estado	CPC máx.	URL final	↓ Clics	Impresiones	CTR	CPC medio	Co
<input type="checkbox"/> ● [creacion paginas web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 €	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/> ● [desarrollo web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 €	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/> ● [desarrollo software]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 €	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/> ● [diseño y desarrollo web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 €	-	0	0	-	-	0,0

5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM



Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. Google AdSense, Poner anuncios de otros en tu sitio
2. Google Ads Pago por clic PPC
3. **Google Maps** Antiguo google my business
 - a. Inicia sesión en Google ADS.
 - b. Haz clic en “Nueva campaña”.
 - c. Selecciona “Solo en la Red de Búsqueda” y luego “Solo en Google Maps”.
 - d. Configura tu campaña, incluyendo la ubicación de tu negocio, los términos de búsqueda relevantes y el presupuesto de la campaña.

5 Publicidad Digital

5.4 Publicidad en Google SEM MAPS



¿Cuál es el objetivo de tu campaña?

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña



Ventas

Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda



Clientes potenciales

Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones



Tráfico al sitio web

Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web



Consideración de la marca y del producto

Anima a los usuarios a descubrir tus productos o servicios



Cobertura y notoriedad de marca

Llega a un gran número de usuarios y aumenta la notoriedad



Promoción de la aplicación

Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación



Visitas a tiendas y promociones locales

Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios



Crear una campaña sin un objetivo concreto

Primero elige un tipo de campaña sin recomendaciones según tu objetivo.

5 Publicidad Digital

5.5 Publicidad en Redes Sociales

Publicidad en Medios Sociales

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Tiktok



5 Publicidad Digital

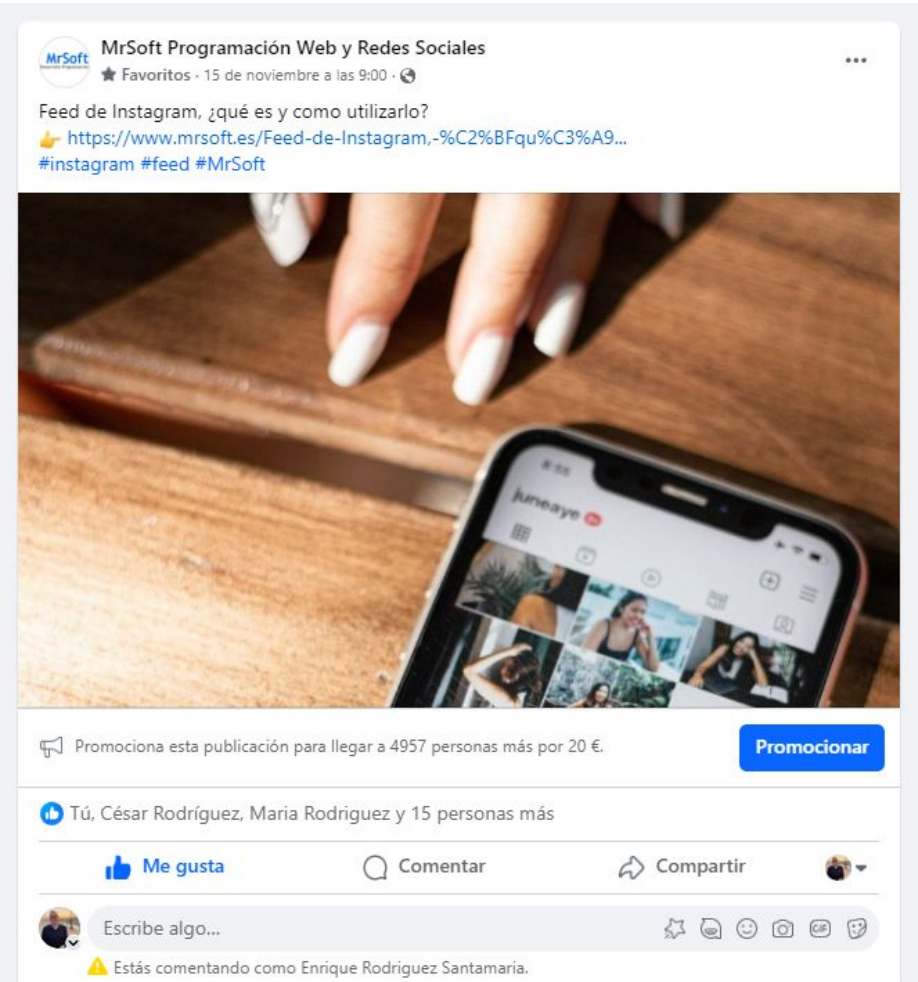
5.5.1 Publicidad Facebook

Promocionar una publicación de Facebook

Creamos una publicación con vistas a ser promocionada

Foto video, enlace etiquetas, menciones etc.

Pulsamos botón promocionar



MrSoft Programación Web y Redes Sociales
★ Favoritos · 15 de noviembre a las 9:00 · 🌐

Feed de Instagram, ¿qué es y como utilizarlo?
👉 <https://www.mrsoft.es/Feed-de-Instagram,-%C2%BFqu%C3%A9...>
#instagram #feed #MrSoft

Promociona esta publicación para llegar a 4957 personas más por 20 €. **Promocionar**

👍 Tú, César Rodríguez, Maria Rodriguez y 15 personas más

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👤 Escribe algo... 🌟 💬 😊 📷 🎧 🗨️

⚠️ Estás comentando como Enrique Rodriguez Santamaria.

5 Publicidad Digital

5.5.1 Publicidad Facebook

Paso 1 Seleccionar un objetivo

- Automático
- Recibir Mensajes
- Conseguir más Interacciones
- Conseguir Cliente potenciales
- Más visitas al Sitio web
- REcibir llamadas

Objetivo

¿Qué resultados quieres obtener con este anuncio?

- Automático**
Permite a Facebook seleccionar el objetivo más adecuado en función de tu configuración.
- Recibir más mensajes**
Muestra tu anuncio a las personas con más probabilidades de enviarte un mensaje en Facebook, WhatsApp o Instagram.
Ideal para: **Ventas**
- Conseguir más interacciones**
Muestra tu anuncio a las personas con más probabilidades de comentar, compartirlo o reaccionar a él.
Ideal para: **Interacción**
- Conseguir más clientes potenciales**
Usa un formulario para recopilar información de contacto de clientes potenciales.
Ideal para: **Ventas**
- Conseguir más visitas al sitio web**
Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de hacer clic en una URL de tu anuncio.
Ideal para: **Tráfico**
- Recibir más llamadas**
Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de llamar a tu empresa.
Ideal para: **Ventas**

[Cancelar](#) [Guardar](#)

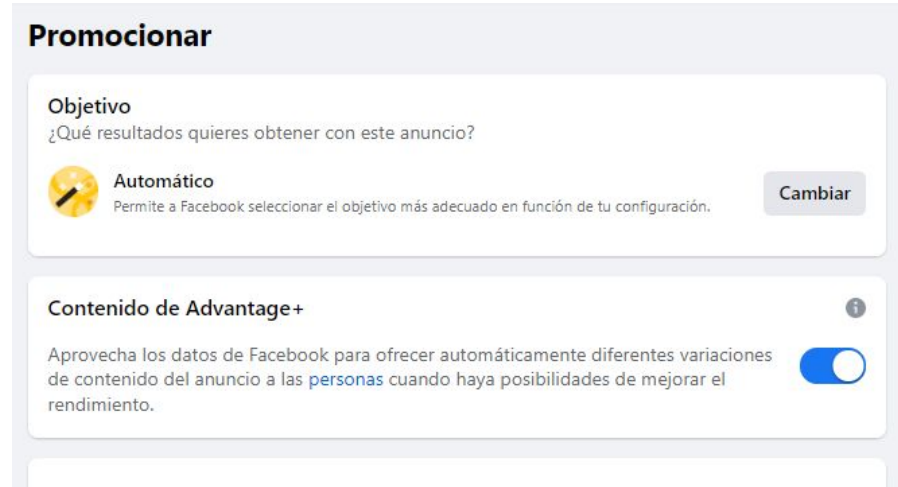
5 Publicidad Digital

5.5.2 Publicidad Facebook

Paso 2 Contenido Advantage+


Se puede marcar o desmarcar.

Las opciones que elijas en cuanto a contenido, configuración del anuncio y ubicaciones determinan las variaciones que se crean automáticamente.



Promocionar

Objetivo
¿Qué resultados quieres obtener con este anuncio?

 **Automático**
Permite a Facebook seleccionar el objetivo más adecuado en función de tu configuración. Cambiar

Contenido de Advantage+ ⓘ

Aprovecha los datos de Facebook para ofrecer automáticamente diferentes variaciones de contenido del anuncio a las [personas](#) cuando haya posibilidades de mejorar el rendimiento.

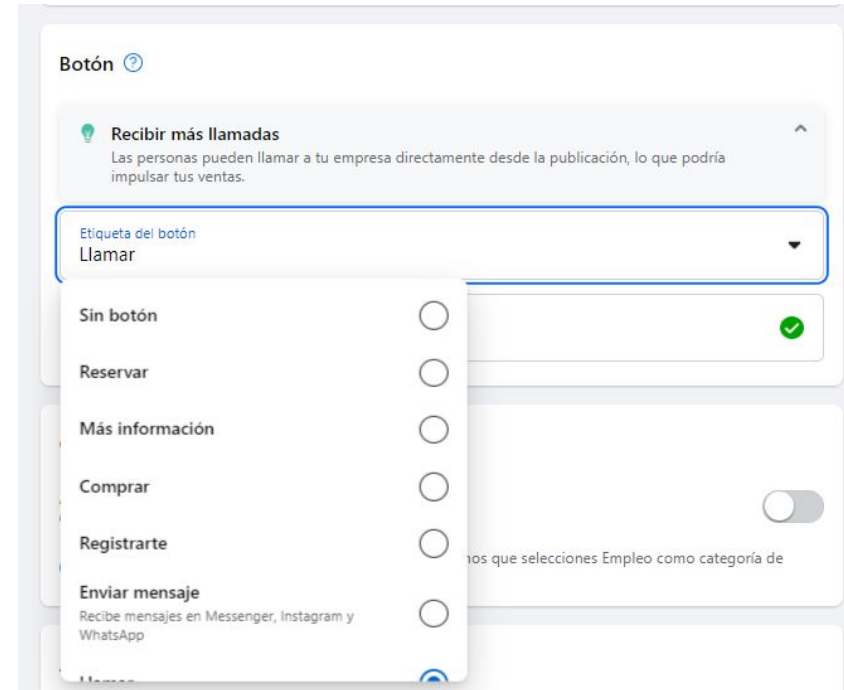
5 Publicidad Digital

5.5.3 Publicidad Facebook

Paso 3 Botón

En la parte inferior de nuestro anuncio puede salir un botón con las distintas opciones

- Sin Botón
- Reservas
- Más Información
- Comprar
- Registro
- Mensaje
- Llamar



5 Publicidad Digital

5.5.4 Publicidad Facebook

Paso 4 Anuncio Especial

Algunas opciones de selección de audiencia no están disponibles o tienen restricciones si los anuncios están relacionados con:

- Empleo
- Vivienda
- Temas sociales
- Elecciones
- Política.



5 Publicidad Digital

5.5.5 Publicidad Facebook

Paso 5 Segmentación

- Personas que eliges por segmentación
- Personas a las que le gusta tu página
- Personas similares a las que les gusta tu pagina
- Personas de tu zona
- Tus últimas segmentaciones

Audiencia

¿Quién quieres que vea tu anuncio?

Audiencia de Advantage

Esta audiencia se basa en los detalles de tu página y se ajustará automáticamente con el tiempo para llegar a más personas con intereses relacionados con tu empresa.



Detalles de la audiencia



Lugar de residencia: España: Avilés (+40 km) Principality of Asturias

Edad: 18-65+

Personas que coinciden con: Intereses: Kardashian

Segmentación detallada de Advantage: Activada

 Cambios en la segmentación por lugar 

 Revisar información del beneficiario y del pagador 

Para audiencias que incluyen la Unión Europea

¿A quién beneficia este anuncio?

MrSoft

¿Quién paga el anuncio?

MrSoft

Personas que eliges por medio de la segmentación

Personas a las que les gusta tu página

Personas a las que les gusta tu página y personas similares a ellas

Personas de tu zona

5 Publicidad Digital

5.5.5 Publicidad Facebook

Paso 5 Edición de la audiencia

Detalles de la audiencia

- Sexo
- Edad
- Lugar
- Intereses

Editar audiencia

Todos Hombres Mujeres

Edad ⓘ
18 ————— 65+

Si seleccionas una audiencia de menos de 21 años en determinadas ubicaciones, puede que se reduzcan tus opciones de segmentación o se pongan en pausa tus anuncios. [Más información](#)

Lugares ⓘ
Lugares
Escribe para añadir más lugares
España
Avilés + 40 km x

Segmentación detallada ⓘ
El anuncio se mostrará a las personas que coincidan con al menos uno de los intereses siguientes.
Segmentación detallada
Buscar intereses [Explorar →](#)

Sugerencias para ti
Carne (comida y bebida) + Formación (educación) + Gatos (animales) +

Definición de la audiencia
Tu audiencia está definida.
Específica ————— Amplia

Tamaño de la audiencia estimada: 558,1 mil-656,6 mil ⓘ

Cancelar **Guardar audiencia**

5 Publicidad Digital

5.5.6 Publicidad Facebook

Paso 6 Calendario y duración

- Fecha y hora de **inicio**
- Fecha de **finalización**
- **Presupuesto** total

La aplicación nos da una **estimación** del alcance en función de la configuración seleccionada hasta el momento.

Calendario y duración ?

 Fecha de inicio 11 dic 2023	 Hora de inicio 09:59
Días 4  	 Fecha de finalización 15 dic 2023

Tu anuncio se publicará y estará en circulación durante 4 días, hasta el 15 dic 2023.

Presupuesto total ?

Alcance estimado: 1786 - 5160 [Cuentas del Centro de cuentas](#) al día

€ 20,00 

1,00 €  500,00 €

5 Publicidad Digital

5.5.7 Publicidad Facebook

Paso 7 Ubicaciones

Podemos desmarcar y configurar manualmente donde nos interesa que aparezcan nuestra publicación como anuncio.

- Facebook
- Instagram
- Messenger



5 Publicidad Digital

5.5.8 Publicidad Facebook

Paso 8 Vista previa y validación

En la parte de la derecha nos aparecerá la vista previa de la publicación anunciada y la estimación de resultados diarios.

Solo nos falta aceptar y el anuncio quedará en revisión hasta que Facebook nos comunique su validación.

Vista previa del anuncio

MrSoft Programación Web y Redes Sociales
Publicidad ·

Feed de Instagram, ¿qué es y como utilizarlo?
👉 <https://www.mrsoft.es/Feed-de-Instagram,-%C2%BFqu%C3%A9-es-y-como-utilizarlo-110.html>
#instagram #feed #MrSoft

LLAMA AL +34 650 52 56 75
MrSoft Programación Web y Redes Sociales Llamar

Ver todas las vistas previas

Resultados diarios estimados

Cuentas del Centro de cuentas alcanzadas ⓘ 1705-4928
Clics en el enlace ⓘ 38-110

Resumen del pago

Tu anuncio estará en circulación durante 4 días.

Presupuesto total € 20,00 EUR

5 Publicidad Digital

5.6.1 Publicidad Instagram

Paso 1 Promocionar una publicación de Instagram

Creamos una publicación con vistas a ser promocionada

Foto video, etiquetas, menciones etc.

Desde el teléfono le damos a Promocionar Publicación



5 Publicidad Digital

5.6.2 Publicidad Instagram

Paso 2 Seleccionar un objetivo

Visitas al Perfil

Visitas en el sitio web

Mensajes Whatsapp

Cancelar

Objetivo



Selecciona un objetivo

¿Qué resultados quieres obtener con este anuncio?

Más visitas al perfil

Invita a las personas a explorar tu perfil.



Más visitas en el sitio web

Anima a las personas a visitar tu sitio web para obtener más información.



Más mensajes · Recomendado

Chatea con personas interesadas en tu empresa.



WhatsApp
650 52 56 75

[Editar](#)

Siguiente

5 Publicidad Digital

5.6.3 Publicidad Instagram

Paso 3 Definición de la audiencia

Requisitos especiales

Automática

Crear (Segmentación)



Define tu audiencia

Requisitos especiales

Para anuncios sobre crédito, empleo, vivienda, temas sociales, elecciones o política.



Automática

Instagram dirige los anuncios a personas similares a tus seguidores.



Crear la tuya

Introduce manualmente tus opciones de segmentación.



Siguiente

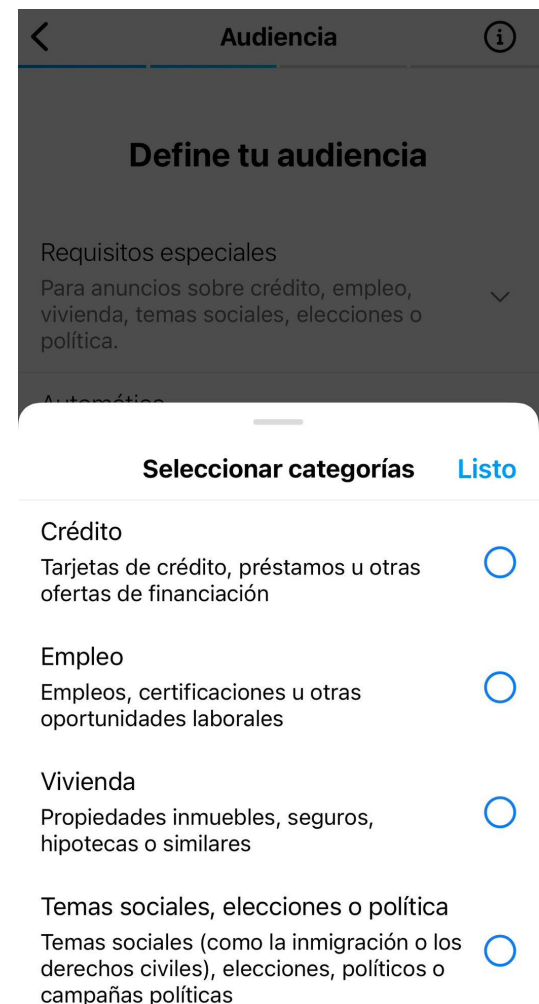
5 Publicidad Digital

5.6.3 Publicidad Instagram

Paso 3.1 Definición Audiencia

Seleccionar según Requisitos especiales

- Crédito
- Empleo
- Vivienda
- Temas Sociales



5 Publicidad Digital

5.6.3 Publicidad Instagram

Paso 3.2 Definición Audiencia

Crear por segmentación (En función de la selección inicial) Podemos ponerle un nombre para usarla en futuras promociones

Lugares

Edad y sexo

Preferencias

Cancelar

Crear audiencia

Listo

No disponible

Tamaño de la audiencia estimada

Nombre de la audiencia

Lugares



Edad y sexo

Todos | 18 - 65 años



La segmentación por intereses no está disponible si el objetivo de tu promoción es "Más mensajes", por lo que se usa una audiencia más amplia automáticamente al seleccionar la aplicación de mensajes de WhatsApp. [Learn More](#)

5 Publicidad Digital

5.6.4 Publicidad Instagram

Paso 4 Definir duración e importe para la campaña

Presupuesto

Días

La aplicación nos da un alcance estimado.

< Presupuesto y duración ⓘ

30 € durante 6 días

Gasto total

920 - 2400
Alcance estimado

Presupuesto

5 € al día

Duración

Publicar este anuncio hasta que lo pause

Definir duración

6 días

Siguiente

5 Publicidad Digital

5.6.5 Publicidad Instagram

Paso 5 Beneficiario y pagador

Desde la nueva ley de blanqueo de capitales es obligatorio poner a quién beneficia el anuncio y quien lo paga

Se confirma el formulario y a esperar la validación de Instagram



Beneficiario y pagador

Revisar beneficiario y pagador

Si creas un anuncio nuevo que se muestra en la Unión Europea, deberás indicarnos a qué organización o persona beneficia y quién los paga. Esta información estará disponible en la Biblioteca de anuncios durante un año, pero no se verá en los anuncios. [Más información](#)

¿A quién beneficia este anuncio?

Mrsoft Desarrollo Programación

¿Quién paga este anuncio?

Mrsoft Desarrollo Programación

Confirmar

5 Publicidad Digital

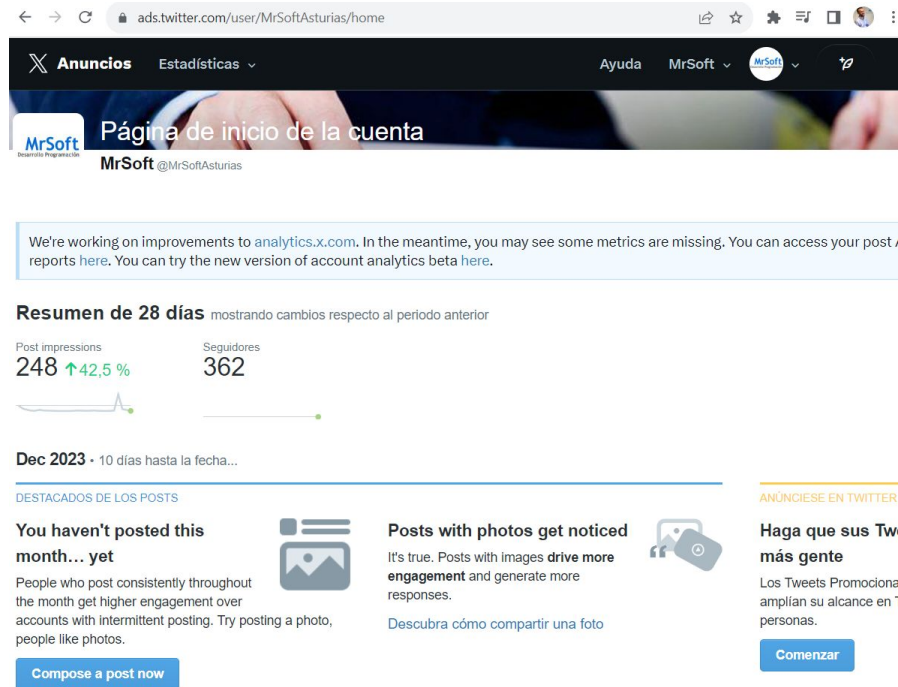
5.7 Publicidad Twitter

A través de ads.twitter.com

Hay que configurar la plataforma

Fijar objetivos y lanzar campañas

[Enlace a tutorial](#)



The screenshot shows the Twitter Ads account dashboard for MrSoft (@MrSoftAsturias). The page is in Spanish and displays account statistics for the last 28 days. The dashboard includes a navigation bar with 'Anuncios' and 'Estadísticas', a header with the account name and profile picture, and a main content area with a 28-day summary, a 'Destacados de los posts' section, and a 'Comenzar' button.

ads.twitter.com/user/MrSoftAsturias/home

Anuncios Estadísticas Ayuda MrSoft

MrSoft @MrSoftAsturias

Página de inicio de la cuenta

We're working on improvements to [analytics.x.com](#). In the meantime, you may see some metrics are missing. You can access your post reports [here](#). You can try the new version of account analytics beta [here](#).

Resumen de 28 días mostrando cambios respecto al periodo anterior

Métrica	Valor	Cambio
Post impressions	248	↑42,5 %
Seguidores	362	

Dec 2023 · 10 días hasta la fecha...

DESTACADOS DE LOS POSTS

You haven't posted this month... yet

People who post consistently throughout the month get higher engagement over accounts with intermittent posting. Try posting a photo, people like photos.

[Compose a post now](#)

Posts with photos get noticed

It's true. Posts with images **drive more engagement** and generate more responses.

[Descubra cómo compartir una foto](#)

Haga que sus Tweets lleguen a más gente

Los Tweets Promocionados amplían su alcance en personas.

[Comenzar](#)

5 Publicidad Digital

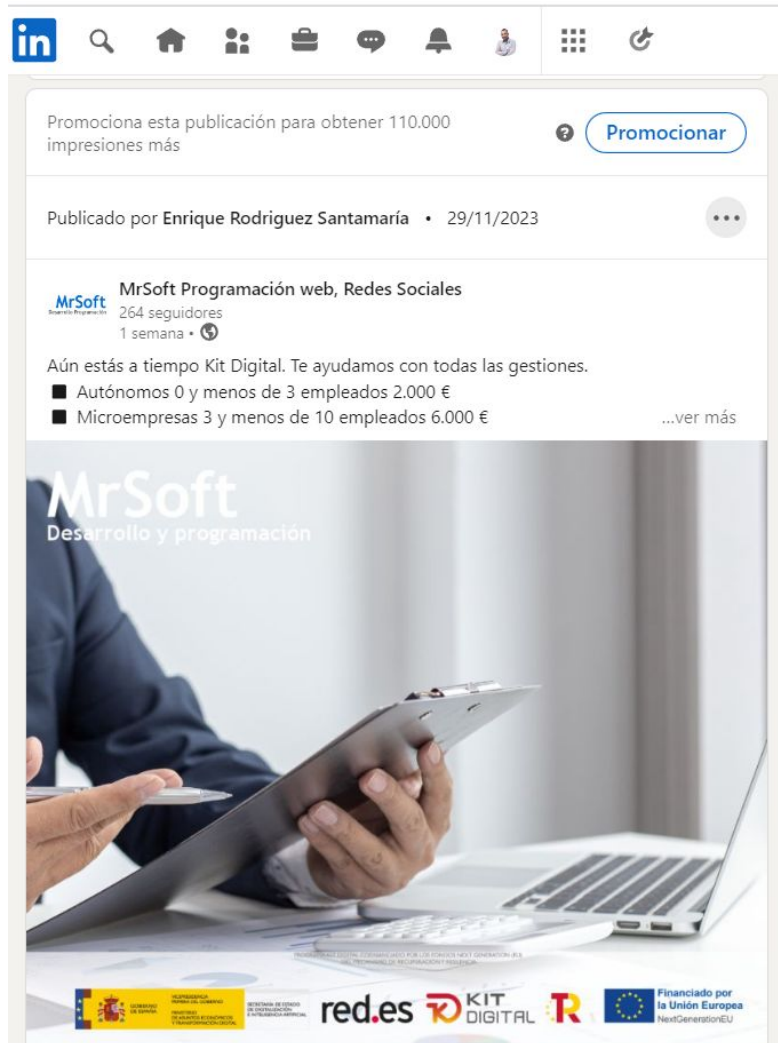
5.8 Publicidad LinkedIn

Promocionar una publicación de LinkedIn

Creamos una publicación con vistas a ser promocionada

Foto video, enlace etiquetas, menciones etc.

Pulsamos botón promocionar



The image shows a screenshot of a LinkedIn post. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo and various icons. Below the navigation bar, there is a promotional banner that says "Promociona esta publicación para obtener 110.000 impresiones más" with a "Promocionar" button. The post is published by Enrique Rodriguez Santamaría on 29/11/2023. The post content includes the MrSoft logo, the text "MrSoft Programación web, Redes Sociales", "264 seguidores", and "1 semana". Below this, there is a promotional message: "Aún estás a tiempo Kit Digital. Te ayudamos con todas las gestiones." followed by two bullet points: "Autónomos 0 y menos de 3 empleados 2.000 €" and "Microempresas 3 y menos de 10 empleados 6.000 €". The main image of the post shows a person in a blue shirt holding a tablet, with a laptop and a calculator on a desk in the background. The MrSoft logo and "Desarrollo y programación" are overlaid on the image. At the bottom of the image, there are logos for "red.es", "KIT DIGITAL", and "Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU".

5 Publicidad Digital

5.8.1 Publicidad LinkedIn

Seleccionamos el objetivo

- Aumentar el alcance de la publicación
- Conseguir más participación en la publicación

Seleccionar objetivo ?

Aumentar el conocimiento de tu publicación ▾

Seleccionar **Aumentar el conocimiento de tu publicación (recomendado)**

En función

Conocimiento de marca: obtenga más impresiones en su publicación

Consigue participación en tu publicación

Compromiso: obtenga más clics y acciones sociales (me gusta, acciones, comentarios, seguimientos) en su publicación.

Público

Incluir a per características ?

Borrar todo

+ Ubicaciones

España X

Seleccionar idioma del perfil del público Inglés ▾ ?

+ Sectores de la empresa

+ Niveles de responsabilidad

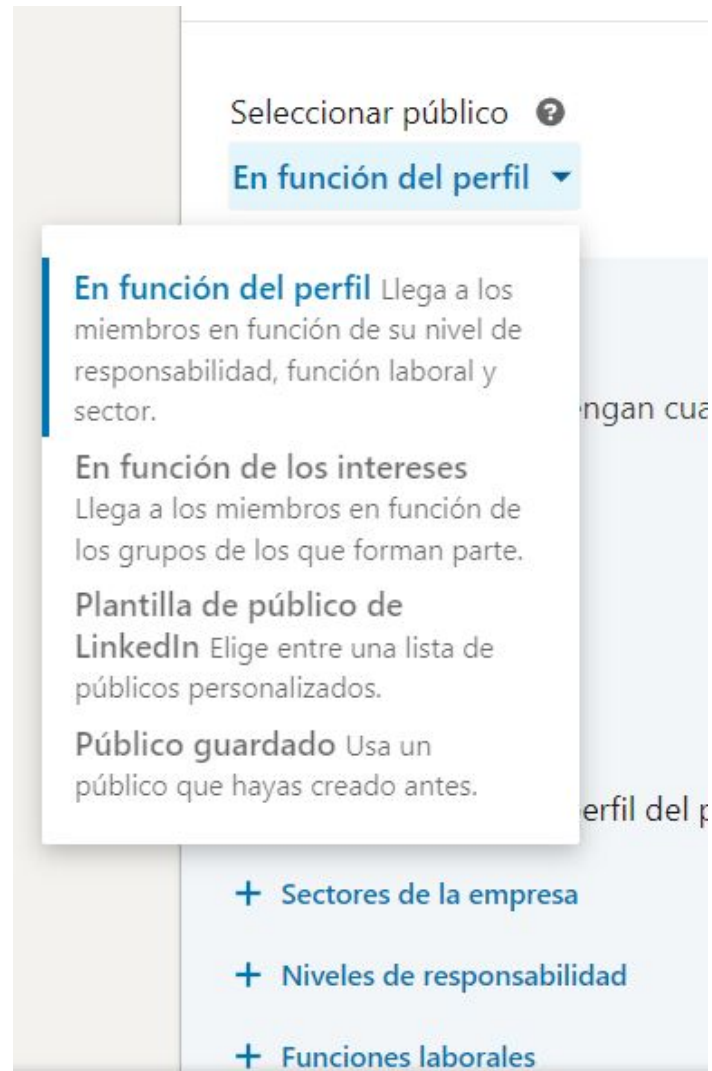
+ Funciones laborales

5 Publicidad Digital

5.8.2 Publicidad LinkedIn

Segmentación del Público

- En función del perfil
- En función de los intereses
- Plantilla de público de LinkedIn
- Público Guardado



Seleccionar público ?

En función del perfil ▾

En función del perfil Llega a los miembros en función de su nivel de responsabilidad, función laboral y sector.

En función de los intereses Llega a los miembros en función de los grupos de los que forman parte.

Plantilla de público de LinkedIn Elige entre una lista de públicos personalizados.

Público guardado Usa un público que hayas creado antes.

+ Sectores de la empresa

+ Niveles de responsabilidad

+ Funciones laborales

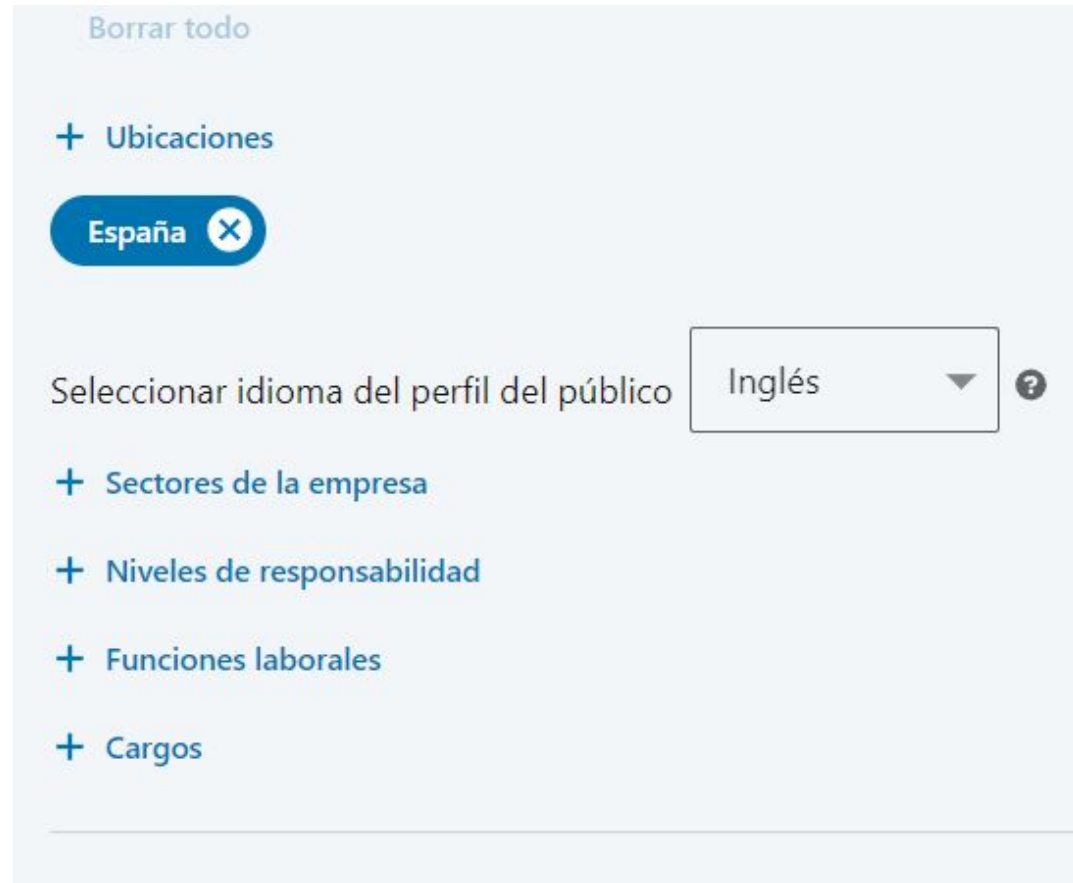
5 Publicidad Digital

5.8.3 Publicidad LinkedIn

Segmentación del Público

Incluir personas

- Ubicaciones, determinados países
- Idioma del público
- Sectores de la empresa
- Niveles de responsabilidad en la empresa
- Funciones en la empresa
- Cargo



Borrar todo

+ Ubicaciones

España X

Seleccionar idioma del perfil del público Inglés ▼ ?

+ Sectores de la empresa

+ Niveles de responsabilidad

+ Funciones laborales

+ Cargos

The screenshot shows the LinkedIn targeting interface. At the top, there is a 'Borrar todo' (Clear all) link. Below it is a '+ Ubicaciones' (Locations) section with a blue pill button for 'España' (Spain) that has a white 'X' icon to remove it. To the right of this is a language selection dropdown menu labeled 'Seleccionar idioma del perfil del público' (Select audience profile language), currently set to 'Inglés' (English) with a downward arrow and a help icon. Below these are several expandable categories: '+ Sectores de la empresa' (Company sectors), '+ Niveles de responsabilidad' (Responsibility levels), '+ Funciones laborales' (Job functions), and '+ Cargos' (Jobs).

5 Publicidad Digital

5.8.4 Publicidad LinkedIn

Segmentación del Público

Excluir personas

- Ubicaciones,
- Sectores de la empresa
- Niveles de responsabilidad en la empresa
- Funciones en la empresa
- Cargo

Excluir a personas que tengan cualquiera de estas características ?

[Borrar todo](#)

- + Ubicaciones
- + Sectores de la empresa
- + Niveles de responsabilidad
- + Funciones laborales
- + Cargos

[Guardar público](#)

5 Publicidad Digital

5.8.5 Publicidad LinkedIn

Importe y tiempo

Excluir personas

- Fecha inicio
- Fecha fin
- Presupuesto total (mínimo 20 €por día)

Establece una fecha de inicio y finalización ?

12/12/2023

dd/mm/aaaa

17/12/2023

dd/mm/aaaa

Fija tu presupuesto total ?

60,00 €

El

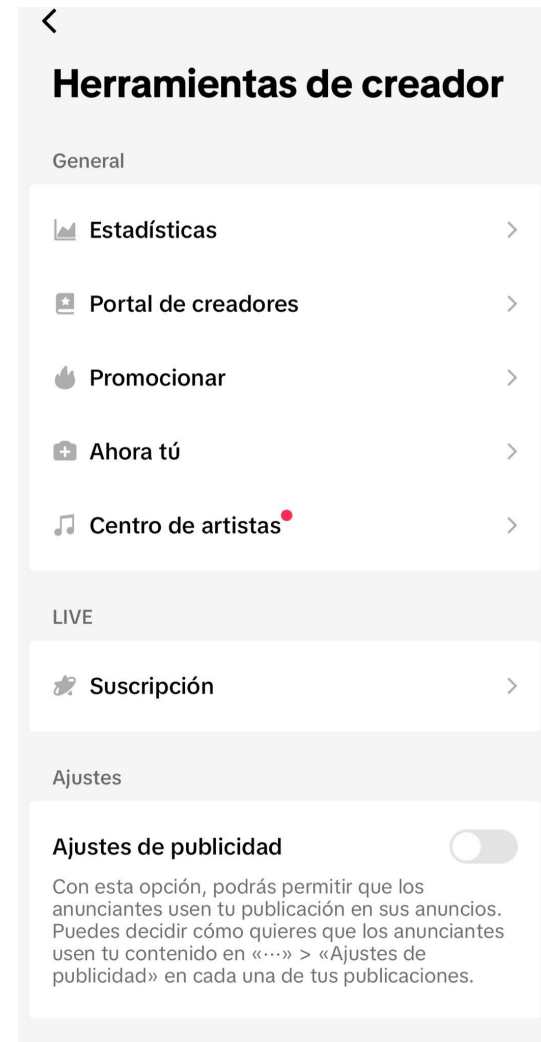
Tu anuncio estará en marcha durante 6 días a partir del 12 de diciembre de 2023. Como máximo gastarás 60,00 € en total.

5 Publicidad Digital

5.9 Publicidad Tiktok

Promocionar una publicación de Tiktok

Tenemos que ir en el perfil a herramientas de creador y presionar la opción **Promocionar**




5 Publicidad Digital

5.9.1 Publicidad Tiktok

Paquete de creador





La plataforma de Tiktok nos ofrece **diferentes opciones** con un precio y un alcance estimado

Crear Panel Más

 #marketingdigital #storytelling #mrsoft
Publicado el 30 de may de 2022

Elige un paquete de promoción ⓘ

Las visualizaciones del vídeo aumentarán durante 1 día.

	2.000+ visualizaciones €2,37
	12.000+ visualizaciones €14,21
	17.000+ visualizaciones €20,13
	35.000+ visualizaciones €41,44

€24,90 ▾
Ver detalles de precios

Pagar

5 Publicidad Digital

5.9.2 Publicidad Tiktok

Seleccionamos el objetivo

- Impulsar cuenta
 - Visualizaciones de vídeo
 - Más Seguidores
 - Visualizaciones del perfil
- Visitas al sitio web
- Mensajes

← Promocionar

Crear Panel Más

Paquete de promoción listo para usar >

¿Cuál es tu objetivo? ⓘ


Impulsar la cuenta

Más visualizaciones de videos Más seguidores Más

Más visitas a sitios web

Más mensajes

Elige el contenido ⓘ

 #marketingdigital #storytelling #mrsoft
Publicado el 30 de may de 2022
▶ 632 ❤️ 7 💬 4

1:10

Define tu audiencia ⓘ

Espectadores por defecto (TikTok los elige por ti)

€13,90 ~

3,293 - 11,986 Visualizaciones e...

Pagar

5 Publicidad Digital

5.9.2 Publicidad Tiktok

Seleccionamos el contenido

Tiktok nos ofrece el vídeo que tiene más posibilidades de ser bien aceptado por el público

Promocionar

Crear Panel Más

Paquete de promoción listo para usar >

¿Cuál es tu objetivo? ⓘ


Impulsar la cuenta

Más visualizaciones de videos Más seguidores Más

Más visitas a sitios web

Más mensajes

Elige el contenido ⓘ

 #marketingdigital #storytelling #mrsoft
Publicado el 30 de may de 2022
▶ 632 ❤️ 7 💬 4

1:10

Define tu audiencia ⓘ

Espectadores por defecto (TikTok los elige por ti)

€13,90 v

3,293 - 11,986 Visualizaciones e...

Pagar

5 Publicidad Digital

5.9.3 Publicidad Tiktok

Define tu audiencia

Audiencia Automática, tiktok selecciona la audiencia por defecto

Editar Audiencia podemos seleccionar

- Género y Edad
- Ubicación
- Intereses

< Editar audiencia ⓘ

14.7M - 18.0M ⓘ
Espectadores estimados

Ancho

Selecciona un nombre para la audiencia

Nombre de los espectadores 1

Selecciona tu audiencia objetivo

Género y edad Editar >
Todos | Todos

Ubicaciones Editar >
No se seleccionó ninguno

Intereses Editar >
No se seleccionó ninguno

Guardar

5 Publicidad Digital

5.9.3 Publicidad Tiktok

Presupuesto y duración

- Indicamos el **precio diario** que queremos invertir en la campaña

- **Duración** de la promoción

< Promocionar

Crear Panel Más

Presupuesto y duración ⓘ

3,293 - 11,986
Visualizaciones estimadas del video

Presupuesto

€4 al día

Duración

2 días

Al marcar la casilla, acepto los **Términos de servicio de Promocionar** y solicito la realización inmediata de la campaña de Promocionar.

Si asignas Monedas a una campaña Promocionar, una vez que se hayan utilizado las Monedas perderás tu derecho a retiro. Cada Moneda tiene un valor aproximado de 0,01 EUR. Más información

€13,90 ▾
3,293 - 11,986 Visualizaciones e...

Pagar

6. El buscador de Google

1. **El buscador de Google**
2. **Buscar grupos palabras**
3. **SEO**
4. **SEM**
5. **Buscador imágenes**

Comercio Electrónico



Conceptos

Identificar los diferentes tipos de búsqueda y sus resultados

Comercio Electrónico



6 El Búsqudos de Google

6.1 Cómo funciona la Búsqueda de Google

Cada vez que hacemos una búsqueda, Google nos devuelve miles o incluso millones de páginas web con información útil.

El proceso de Google para determinar qué resultados se deben mostrar comienza mucho antes de que empieces a escribir



6 El Búsqudos de Google

6.1 Google Resultados de búsqueda al instante

En una fracción de segundo, los algoritmos de la Búsqueda de Google revisan los cientos de miles de millones de páginas web de su índice para encontrar los resultados más relevantes y útiles que necesitas según tu búsqueda.



6 El Búsquedas de Google

6.2 Búsquedas por palabras



programación web y redes sociales



Imágenes Videos Noticias Libros Maps Vuelos Finance

Todos los filtros Herramientas

Aproximadamente 56.100.000 resultados (0,35 segundos)

Patrocinado

Estudio 27

<https://www.estudio-27.com> > diseño web > asturias

Agencia Diseño Web Asturias - Creamos tu Web a Medida

Diseñamos tu página **web** a medida para captar clientes. Destaca de tu competencia

📍 Centro de Negocios, Calle Monte Cerrau, 28, Oficina 1, Oviedo, Asturias - Cerrado ahora - ...

Patrocinado

escuelaventasmasterd.es

<https://www.escuelaventasmasterd.es>

Formación en Gestión de Redes

Curso Online y Presencial — ¿Quieres Estudiar **Social** Media? Nosotros te ayudamos. Serás un Experto en **Redes Sociales**.

📍 Calle Ildefonso Sánchez del Río, 5, Oviedo, Asturias - 900 310 000 - Cerrado ahora · Horari...

Patrocinado

universidadviu.com

<https://www.universidadviu.com> > desarrollo > web

Máster Desarrollador Web y App

Máster Oficial 100% online — Fórmate como desarrollador frontend y backend y gestiona proyectos **web**. Máster 100% online. Tu TFM podrá ser tu 1er proyecto de desarrollo **web**. Máster adaptado a la realidad...

Patrocinado

FactoriaBIZ

<https://www.factoriabiz.com> > plataformas > a_medida

Programación a medida | Redes sociales

Plataformas digitales y Marketplace diseñados a medida del usuario y modelo de negocio.

mrsoft.es

<https://www.mrsoft.es> > Programación - Web y Redes - ...

Programación, Web y Redes Sociales - Avilés

3 oct 2019 — Gestionamos tus **Redes Sociales** de forma profesional Tfno 650 52 56 75.

Inserción de contenido web, difusión en Facebook, Twitter, LinkedIn, ...



google.com/search?q=programación+web+y+redes+sociales&rlz=1C1AVFC_enES1023ES1023&oq=pro



programación web y redes sociales



Imágenes Videos Noticias Libros Maps Vuelos Finance

Todos los filtros

Aproximadamente 56.100.000 resultados (0,35 segundos)

Patrocinado

Estudio 27

<https://www.estudio-27.com> > diseño web > asturias

Agencia Diseño Web Asturias - Creamos tu Web a Medida

Diseñamos tu página **web** a medida para captar clientes. Destaca de tu competencia

📍 Centro de Negocios, Calle Monte Cerrau, 28, Oficina 1, Oviedo, Asturias - Cerrado ahora - ...

Patrocinado

escuelaventasmasterd.es

<https://www.escuelaventasmasterd.es>

Formación en Gestión de Redes

Curso Online y Presencial — ¿Quieres Estudiar **Social** Media? Nosotros te ayudamos. Serás un Experto en **Redes Sociales**.

📍 Calle Ildefonso Sánchez del Río, 5, Oviedo, Asturias - 900 310 000 - Cerrado ahora · Horari...

6 El Buscados de Google

6.2 Búsquedas por palabras en maps

Hacemos una búsqueda añadiendo una localidad y buscamos en maps

Los resultados son distintos si estamos o no logueados con nuestra cuenta de google.

The screenshot shows a Google Maps search for "redes sociales Avilés". The search bar at the top contains the text "redes sociales Avilés". Below the search bar, there are four search results listed, each with a rating, address, and contact information. To the right of the text is a map of the Avilés area, showing several red location pins clustered in the center, indicating the locations of the search results. The map also shows various landmarks, roads, and geographical features.

redes sociales Avilés

MrSoft Desarrollo y programación
5,0 ★★★★★ (4) ⓘ
Diseñador de sitios web · Pl. Camposagrado, 1, Piso 3 Oficina 7
Cerrado · Apertura: 8:30 (vie) · 650 52 56 75
Servicios en las instalaciones · Citas online

PRISMA
4,6 ★★★★★ (28) ⓘ
Diseñador de sitios web · C. de la Cámara, 36, 2E
Cerrado · Apertura: 9:00 (vie) · 985 56 58 67
Servicios en las instalaciones · Citas online

STAND UP
5,0 ★★★★★ (3) ⓘ
Diseñador de sitios web · Stand Up Diseño Web, C. Rivero, 73, Bajo A
Cerrado · Apertura: 9:00 (vie) · 611 63 00 88
Citas online

Laura Digital · Marketing de Redes Sociales

Actualizar los resultados cuando se mueva el mapa

Playa de Salinas, Salinas, Estación de Servicio Repsol, Av. Lugo, Les Canteres, Los Carbayedo, Los Carbayedo, DIMAGEN, STANDUP-SEO, Villanueva, La Peña, La Cangueta, La Corredoria, APSKATE, El Llano, Taborneda, Callezuela, Fontcalie

Datos del mapa ©2023 Inst. Ge

6 El Buscados de Google

6.3 SEO (Search Engine Optimization)

1. **SEO** Optimización en Motores de Búsqueda.
Estrategia para aparecer en las mejores posiciones
2. El SEO es algo **variable** en función del Algoritmo de los buscadores (Todo por el usuario)
3. SEO **Del Sitio** y **Fuera del Sitio** web
4. El SEO hace tu página más **útil a usuarios** y buscadores
5. Los motores de búsqueda **rastrean e indexan.**



6 El Búsqudos de Google

6.3 SEO (Search Engine Optimization)



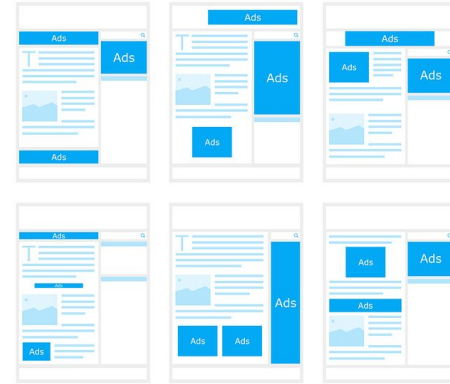
6 El Buscados de Google

6.4 SEM (Search Engine Marketing)

Campañas de anuncios de pago en buscadores

El SEM es el uso de herramientas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad mediante campañas de pago

- Permite dar a conocer rápidamente un producto a gran escala
- Permite competir cara a cara con grandes competidores
- El retorno de la inversión es rápido (si las campañas están optimizadas)
- Permite llevar tráfico muy segmentado a nuestra web



6 El Buscados de Google

6.4 SEM (Search Engine Marketing)

Campañas de anuncios de pago en buscadores

Desventajas

- Para la gran mayoría de sectores, la puja por palabras clave es cara
- Es un tipo de acción interruptiva, que el usuario no ha demandado previamente
- Requiere de un esfuerzo de optimización grande



6 El Buscados de Google

6.4 SEM (Search Engine Marketing)

Campañas de anuncios de pago en buscadores

Desventajas

- Para la gran mayoría de sectores, la puja por palabras clave es cara
- Es un tipo de acción interruptiva, que el usuario no ha demandado previamente
- Requiere de un esfuerzo de optimización grande



6 El Buscados de Google

6.4 SEM (Search Engine Marketing)



6 El Buscados de Google

6.4 SEM (Search Engine Marketing)

Conclusión. el SEO de tu sitio web debe estar muy bien trabajado si deseas que los usuarios te encuentren fácilmente

Hacer campañas SEM en Google es opcional y tiene sus ventajas e inconvenientes

The screenshot shows a Google search for 'portatil'. The search bar is at the top with the Google logo and a search button. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Web', 'Imágenes', 'Shopping', 'Noticias', 'Vídeos', 'Más', and 'Herramientas de búsqueda'. The search results are displayed below, with a red box highlighting the SEM (Shopping) results and a blue box highlighting the SEO (Organic) results.

SEM (Shopping Results):

- Resultados de Google Shopping para portatil
- Enlaces Patrocinados
- Table of products: Pc Portatil ASUS A53S (556,60 €), Lenovo B50-30 Intel... (259,00 €), Portátiles de segunda... (204,49 €), G133 13.4 "pantalla de... (227,02 €)
- Portátiles en Worten (www.worten.es/Portatiles)
- Portátiles (www.intel.es/2-en-1)
- Portátiles Muy Baratos (www.pccomponentes.com/Portatil-Baratos)

SEO (Organic Results):

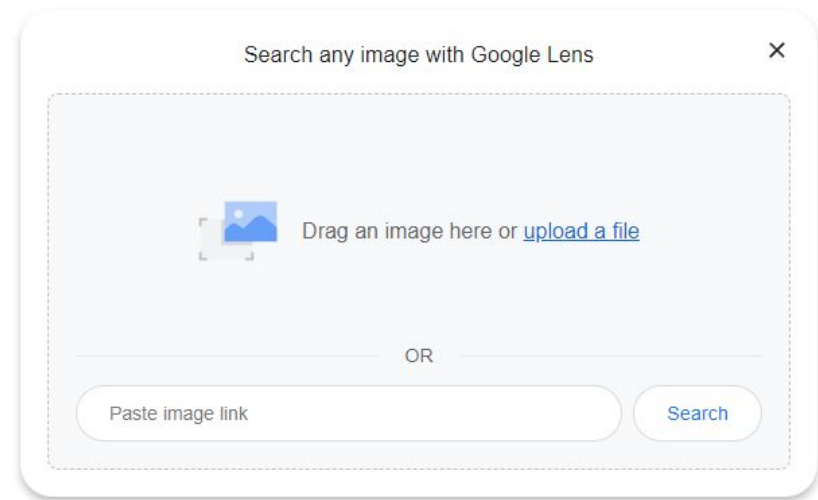
- Ordenadores Portátiles - ElCorteIngles.es (www.elcorteingles.es/portatiles)
- MacBook Pro - con pantalla Retina - apple.com (www.apple.com/es)
- Portátiles desde 269€ - redcoon.es (www.redcoon.es/Portatiles)
- Amazon.es: Portátiles y Netbooks. Portátiles, Netbooks... (www.amazon.es/b?node=938009031)
- Portátiles - Fnac.es - Informática (www.fnac.es/ordenador-PC/Portatiles/s1279)
- Portátil Asus - Portátiles hasta 499 - Todos los PC Portátiles - Intel® Core™ i7

6 El Buscados de Google

6.5 Buscador de Imágenes

En google en el buscador
p̄ūt̄s̄amos en botón de la cámara
de fotos

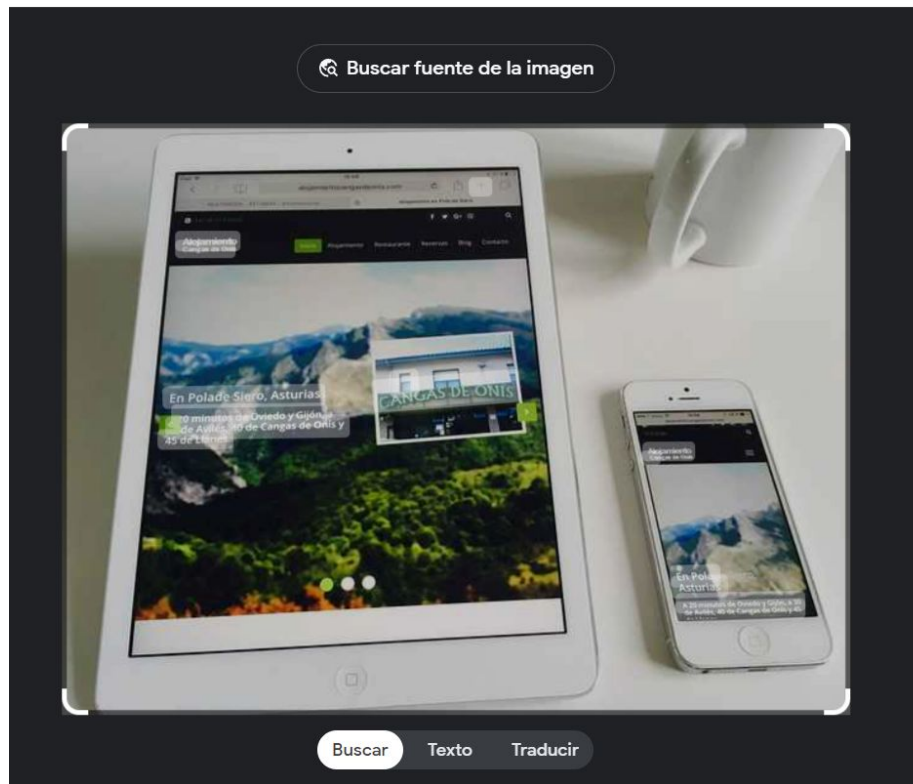
Subimos la foto que queremos
buscar o escribimos su link



6 El Buscados de Google

6.5 Buscador de Imágenes

Google





Nos aparecen las imágenes similares a la que buscamos.



 adaptarse.com
Blog - Adaptarse.com
[Ver concordancias ...](#)



 Ateigh Diseño Web
web-seaside-los-jameos-playa-3.jpg |...

 Apple
CameraManager en App Store



 Red Costa Brava
Anúnciate en Red Costa Brava - Red...

Gracias por tu asistencia

MrSoft el valor de la comunicación