

Sesión 1



- Qué es el marketing digital
- Plan de Márketing
- Tendencias
- El branding, la personalidad de tu empresa.
- Inbound Marketing. Atraer, convertir y deleitar. Fidelizar



Qué es el márketing

Marketing palabra inglesa que en español significa mercadeo

DEFINICIONES

Pío Cabanillas Director imagen ACCIONA “El marketing es adaptar las estrategias comerciales a los hábitos de consumo de los usuarios. Escuchar y actuar en consecuencia”

Gabriela Díaz Directora Marketing IKEA Ibérica “Es el arte de generar y canalizar la demanda”.

Luis María Huete. Profesor IESE Business School “Marketing es el arma que nos permite conectar intelectual y emocionalmente con nuestros clientes.”

Laurence Fontinoy. Directora de Marketing de Google “El Marketing es siempre hacer diferente hoy lo que has hecho ayer”

El márketing es “**Saber Vender**”



Marketing Digital

Definición Andres Silva Conextrategia

El marketing digital implica la promoción de bienes, servicios, marcas, ideas y/o proyectos a través de medios y métodos electrónicos tales como:

- Internet,
- Redes sociales,
- Optimización en motores de búsqueda (SEO),
- Marketing en motores de búsqueda (SEM),
- Dispositivos móviles,
- Correos electrónicos,
- Publicidad gráfica digital,
- Marketing de contenidos
- Y cualquier otra tecnología de carácter digital.





Herramientas del Marketing Digital

inboundcycle.com



Web / blog Centralizar la campaña (dominio, alojamiento, arquitectura, etc Profesional)

Buscadores Trabajo de SEO / SEM Search Engine Optimization / Search Engine Marketing

Publicidad Todos los medios a nuestro alcance

Email marketing Heredera del buzoneo

Redes Sociales En su conjunto, no dejan de crecer y ganar popularidad

- Comunidad
- Branding
- Venta
- Atención al cliente

Estructura del plan de marketing digital

Análisis de situación

- Interno (DAFO)
- Situación en el plano digital (web, blog, RRSS)

Establecer objetivos

- Realistas, alcanzables
- Medibles y temporales

Definir Estrategia

- Propuesta de valor
- Segmentación
- Estrategia de Contenidos

Medición resultados

- Estudio de analítica
- Objetivos conseguidos



DAFO identificar y potenciar fortalezas

Análisis **interno**

DEBILIDAD

¿Qué desventajas tienes respecto a tus competidores?

¿Qué podrías mejorar?

FORTALEZA

¿Qué haces mejor que los demás competidores?

¿En qué se diferencia tu negocio?

Análisis **externo**

AMENAZA

¿Está tu mercado muy saturado?

¿Es difícil desbancar a la competencia?

OPORTUNIDAD

¿Hay algún nicho de mercado que no esté siendo explotado?

¿Puedes ser más eficiente y reducir costes?



1 Tendencias del Marketing Digital

Top 6 de easypromosapp



1. El mundo está cambiando rápidamente a realidades virtuales y aumentadas.
(Pokemon, IKEA)
2. La voz se está convirtiendo en la mejor herramienta de búsqueda en marketing.
3. Las soluciones impulsadas por Inteligencia Artificial estarán en todas partes.
4. Las reproducciones de vídeo lideran el tráfico de Internet.
5. La avalancha de publicidad nativa está empujando al marketing a ser más creativo.
6. La publicidad Segmentada en campañas cortas y concretas



1.2 La voz herramienta de Marketing

Alexa... Siri... Asistente de Google



amazon alexa

Alexa -Es un asistente virtual desarrollado por Amazon, Fecha del lanzamiento inicial: noviembre de 2014, iOS y Android

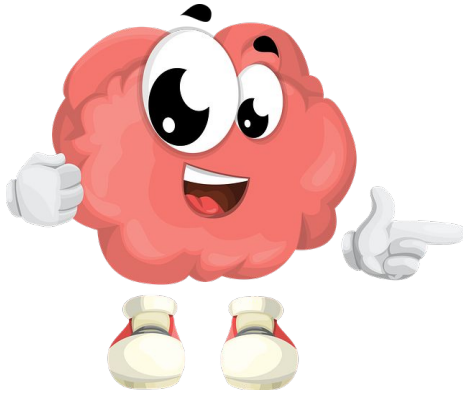


Siri - es una inteligencia artificial con funciones de asistente personal a veces con su propia personalidad para iOS, macOS, tvOS y watchOS lanzamiento 2011



El Asistente de Google- es un asistente virtual desarrollado con Inteligencia artificial por Google que está disponible principalmente en dispositivos móviles y domésticos inteligentes 2016

1.5 Marketing creativo



- Consumidor no quiere publicidad
- Integración natural de los anuncios
- Contenidos de interés con sutiles pinceladas de publicidad.
- Gran importancia plataformas como Historias
- [Tik Tok¿?](#)

2 Branding, la personalidad de tu empresa

El Branding es hacer la **marca bien definida**, bien **posicionada** emocionalmente en la mente de los clientes.

Ejecutar las acciones de tu negocio con total coherencia respecto a lo que representa la marca.

El branding no es un logotipo o una web.

El branding es, desde tu forma de ir vestido en el trabajo, hasta cómo envías los correos o el lenguaje que eliges al tratar con el cliente.

Branding es el ambientador, el empaquetado, los colores de marca...





2.1 DAFO identificar y potenciar fortalezas como refuerzo a la marca

Análisis **interno**

DEBILIDAD

¿Qué desventajas tienes respecto a tus competidores?

¿Qué podrías mejorar?

FORTALEZA

¿Qué haces mejor que los demás competidores?

¿En qué se diferencia tu negocio?

Análisis **externo**

AMENAZA

¿Está tu mercado muy saturado?

¿Es difícil desbancar a la competencia?

OPORTUNIDAD

¿Hay algún nicho de mercado que no esté siendo explotado?

¿Puedes ser más eficiente y reducir costes?

2.2.1 se coherente con tu marca



2.2.2 Una debilidad puede convertirse en fortaleza





2.2.3 Encuentra tu nicho



2.2.4 Se tu mismo, Potencia tus fortalezas





2.2.1

Se coherente con tu marca

**Una debilidad puede convertirse en
fortaleza Encuentra tu nicho**

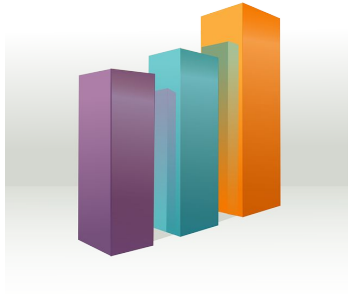
Se tu mismo, Potencia tus fortalezas

2.3.1 La personalidad de tu empresa a través del branding



- Branding es una estrategia a largo plazo, es el proceso de construcción de la marca.
- La meta del branding es **encontrar la personalidad de nuestra marca**
- La marca es como un ser vivo, crece a diario, aunque sus bases se crean antes de nacer
- El Branding nos ayuda a crear un vínculo con nuestra audiencia más allá de lo que el producto o servicio puede ofrecer.
- **La coherencia**, es el elemento central en una adecuada estrategia de marketing.
- Analiza la percepción que nuestra audiencia tiene de nosotros

2.3.2 Herramientas para medir mi imagen digital



[Metricool](#) - Menciones a nuestra web, blog o redes sociales

Hootsuite

Postcrom

[Google Alerts](#) - Avisos de presencia palabra o frases

2.3.3 Pasos para crear contenido de calidad

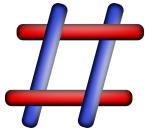


1. **Define tu meta** (Qué pretendes seguidores, alcance, venta directa, marca ...)

2. **Investiga y entiende a tu audiencia** (Para quién, resolver dudas, informar)



3. **Actualiza tu contenido** ejemplo (Comentar evento, Generar un debate...)



4. Investigación de palabras clave **#Etiquetas** (Prioridad términos)

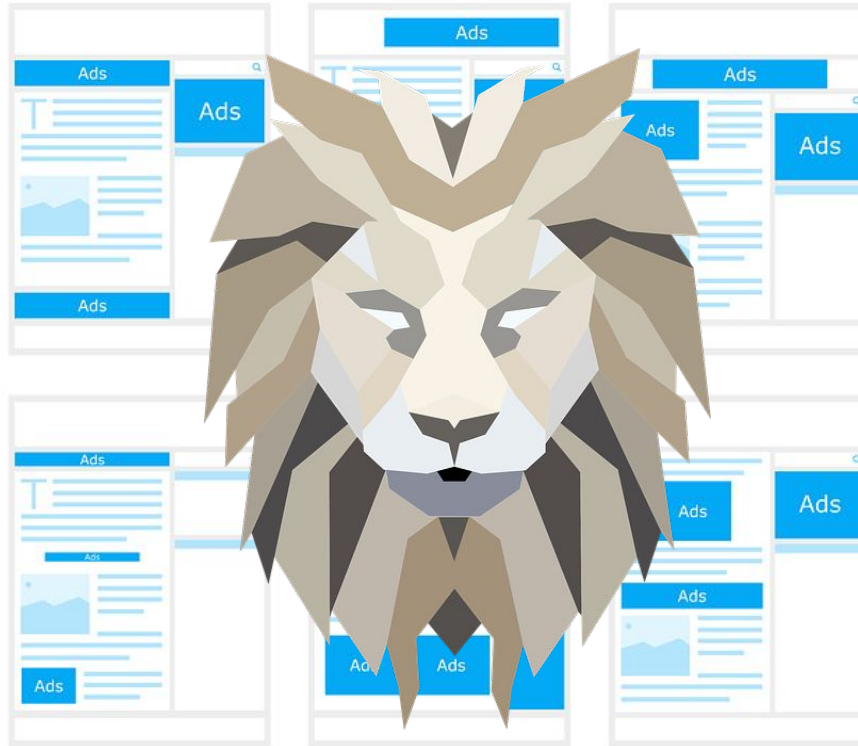
5. Decide qué **formato** de contenido y el impacto (Una emoción, un cambio, Crear una alerta, compartir un contenido)



6. Usa las **redes sociales** para promocionar tu contenido

10. Usa **anuncios**

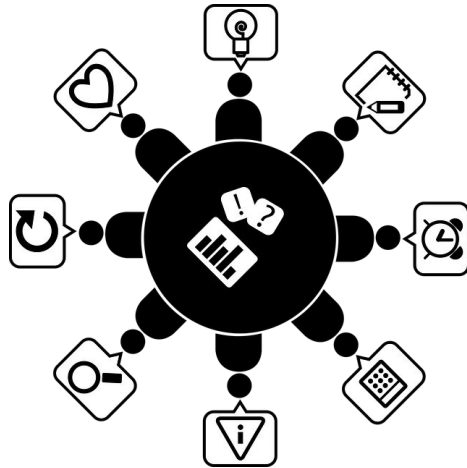
2.3.4 El contenido es el rey ¿?



2.3.5 El cliente es el rey!!



2.3.5 Inbound Marketing!!



1. Los usuarios están cansados de publicidad
2. Metodología que se basa en atraer y fidelizar aportando valor 4 pasos
 - a. Atraer (conseguir visitas)
 - b. Registros
 - c. Convertir en clientes
 - d. Deleitar, convertir en promotores de nuestra marca

2.3.6 Inbound Marketing **Atraer!!**



Atraer tráfico a nuestra web o medios digitales.

Contenidos atractivos y **de interés** para los usuarios. Ganamos SEO y alcance en Redes Sociales.

Estos contenidos pueden estar presentes en páginas de otras empresas.

Esto genera un tráfico de calidad que llegará por el interés de la información que le proporcionamos.

2.3.7 Inbound Marketing **Registrar!!**



Conseguir que el usuario nos siga en medios sociales.

En caso que nuestra web y soportes legales lo permitan, registrar al usuario en nuestro sitio web

Con esto tratamos que el usuario forme parte de nuestra comunidad y se sienta como parte de ella.

2.3.8 Inbound Marketing **Convertir!!**



Queremos que el cliente compre nuestro producto

Nunca de forma agresiva. Aportando valor y mostrando información interesante.

Estudio del momento en que se encuentra el cliente.

Se trata de convencer al usuario para que nos compre

2.3.9 Inbound Marketing **Fidelizar!!**



Tenemos que deleitar al usuario

Sorprenderle con un nivel de servicio excepcional

El cliente se siente cuidado y atendido



Este usuario nos va a recomendar , es alguien que está activamente recomendando nuestro negocio y seguramente repetirá sus compras con nuestra marca.