

A *pyme*
comercio

Estrategias de marketing digital



red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Índice

- › **Introducción** **03.**
- › **¿Qué es el marketing digital?** **04.**
- › **Estrategias de marketing digital** **06.**
- › **Herramientas para el marketing digital** **08.**
- › **Conclusiones** **09.**

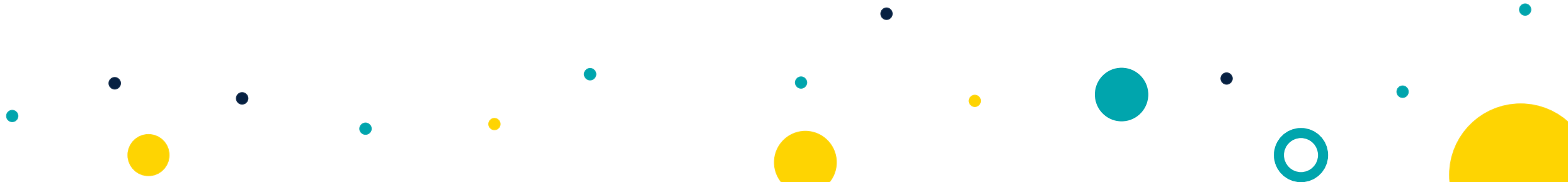
Introducción

El aumento de usuarios en internet se ha unido la importancia de las redes sociales, haciendo que cada vez sea más relevante el desarrollo de una estrategia de marketing digital para el posicionamiento web y la captación de clientes por parte de las empresas.

El marketing digital permite conocer los hábitos de consumo de los usuarios y, un correcto uso de los mismos, puede influir en sus decisiones a la hora de comprar un producto.

“El uso de las redes sociales ha ido en aumento, tendencia que se he mantenido durante los últimos años. Actualmente, el 53% de la población mundial dispone de, al menos, una red social”

Digital 2021 - We Are Social



¿Qué es el marketing digital?

El marketing digital se ha convertido en una **oportunidad para que cualquier empresa desarrolle, implemente y mejore sus oportunidades de negocio**, ya que, internet forma parte de la vida de cualquiera de nosotros.

En cuanto a las **ventajas** que aporta el internet al marketing digital podemos destacar las siguientes;

- 1. Resultados medibles**
- 2. Alcance global**
- 3. Costes asequibles**
- 4. Fidelización**
- 5. Precisión en el target**

¿Qué es el marketing digital?

El marketing digital cambia constantemente con el paso de los años, evolucionando en relación al desarrollo de las compañías. En relación con las **nuevas tendencias** que se van a poner en marcha para los próximos años, cabe destacar las siguientes:

**Estrategias de
marketing de voz**



**Búsquedas
visuales**



**Asistentes virtuales
Chatbots**



**Realidad virtual y
aumentada**



**Publicidad
programática**



Estrategias de marketing digital

Las estrategias de marketing digital acciones que cada empresa pone en marcha para alcanzar un posicionamiento concreto en relación con sus productos o servicios, para así poder alcanzar sus objetivos de venta.

1. Redes Sociales

Contar con la presencia de redes sociales se ha vuelto indispensable, tanto para implementar las acciones o para que los clientes puedan conocer mejor tú marca. Entre las más destacadas se encuentran **Facebook, Instagram, Twitter o YouTube.**



2. Mail marketing

Envíos de correos por parte de las empresas a sus clientes, para poder tener mayor notoriedad y visibilizar su contenido a través del email. Estas comunicaciones, tienen implícitos contenidos como **comunicaciones, newsletter, promociones etc.**

Estrategias de marketing digital

3. Estrategias de contenido

Mejora del vínculo emocional con los clientes a través de la creación de recursos, los cuales puedan ayudar a:

- **Explicar mejor el producto** en cuanto a características, beneficios o formas de uso.
- Transmitir los **valores de marca**.
- **Difundir información de interés para la audiencia** que ayude a mejorar el vínculo con los clientes potenciales.



4. Medios pagados

Publicidad pagada para redirigir el tráfico de usuarios a una web concreta como parte de su estrategia de publicidad digital.

- **Google Ads**
- **Publicidad Display**
- **Publicidad en medios digitales**
- **Publicidad en aplicaciones móviles**

Herramientas para el marketing digital

En el marketing digital se utilizan una enorme variedad de herramientas con el fin de optimizar tareas en nuestra actividad. Enumeramos algunas de las principales, divididas por área:

- **Analítica web**
- **Paid media**
- **SEO**
- **Social media**
- **Email marketing**
- **CRM**

01.

Analítica web

Con la herramienta de Google Analytics, que ofrece a los usuarios las facilidades para analizar los datos de su comercio desde un único sitio con la finalidad de ayudar en la toma de decisiones.

02.

Paid media

Una de las herramientas más utilizadas es Google Ads, servicio que muestra los anuncios de tu comercio a clientes potenciales cuando busquen empresas en Google y en Maps. El comercio pagaría únicamente por los resultados que obtenga.

03.

SEO

Con Semrush se puede evaluar de una forma sencilla el contenido, descubrir los cambios asociados al posicionamiento y las nuevas oportunidades para mejorar su visibilidad en web.

04.

Social media

Una de las herramientas a tener en cuenta a la hora de gestionar las redes sociales en una estrategia de marketing digital es Hootsuite, la cual permite la gestión, programación y análisis del contenido de las principales redes sociales.

05.

Email marketing

Las campañas de email marketing necesitan una herramienta que dé cobertura, con la finalidad de llegar a su público objetivo sin problema. En este sentido, MailChimp puede ayudar a tu comercio a conseguirlo, a gestionando tus contactos y enviando comunicados

05.

CRM

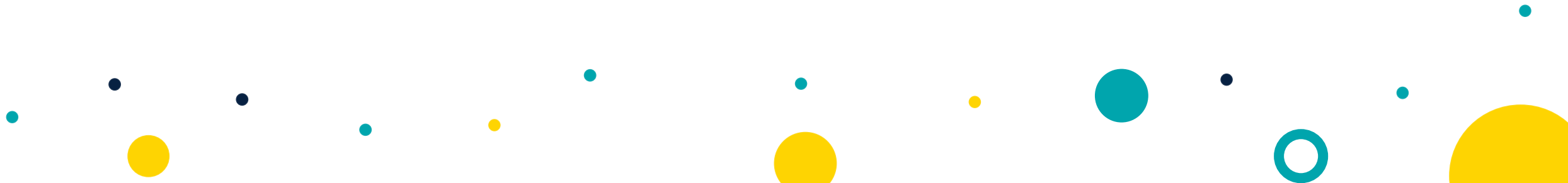
En una estrategia de marketing, tan importante es conseguir clientes, como poder gestionarlos correctamente. Con Zoho puedes administrar el rendimiento comerciales de la empresa o interactuar con los clientes en tiempo real.

Conclusiones

Ante el aumento considerable del número de usuarios en internet, las estrategias de marketing tienen una gran importancia para el posicionamiento web y la captación de clientes por parte de las empresas.

El marketing digital es una herramienta la cual incrementa las oportunidades de las empresas en torno a tres tipos de resultados:

- **Incremento en valor**
- **Reducción de costes**
- **Desarrollo de nuevas oportunidades**





GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"