



**Ser Empresaria**

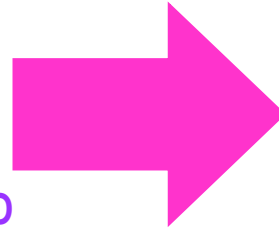
# Plan de Marketing Digital

Posicionamiento

# MARKETING MIX ONLINE

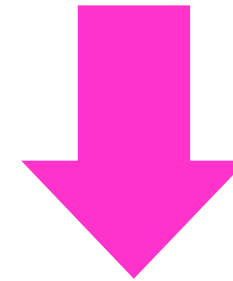
## ATRAER VISITAS:

- Banners
- Email marketing
- Pago por Clic - SEM
- Posicionamiento en buscadores – SEO
- Marketing de Contenidos



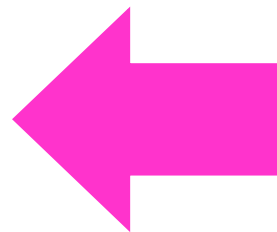
## CONVERTIR VISITAS EN CLIENTELA:

- Usabilidad



## CONVERTIR CLIENTELA EN PRESCRIPTORA:

- Marketing viral
- Redes Sociales



## FIDELIZAR CLIENTELA:

- Email marketing
- Sindicación de contenidos (Redifusión – RSS)

# PÁGINA WEB

## Tiene que cumplir 3 objetivos:

- **Indexable: Amigable para los buscadores.**
  - Los motores de búsqueda de Google rastrean texto; las **palabras clave** que contiene nuestra web. Tanto en la programación como en el contenido.
- **Usable: Amigable para la persona usuaria.**
  - Hacer la navegación **fácil** para la clientela. El producto o servicio tiene que estar muy bien presentado y organizado.
  - **Multidispositivos.** 6 de cada 10 correos se abren desde dispositivos móviles.
- **Sociable: Integrada con las redes sociales.**
  - El contenido se debe poder **compartir** para que se pueda viralizar.

## Además:

- Debe estar **actualizada**: O perderá **credibilidad**.
- Debe incorporar **Google Analytics**: Para **medir los resultados**.
- Usar las **herramientas para Webmasters** de Google: Acceder con una cuenta de Google y dar de alta la dirección de la página web:

<https://www.google.com/webmasters>

# POSICIONAMIENTO SEO

- **Palabras clave / Keywords:** En el **título** y en la descripción de la **web**.
  - A través del **buscador** de Google
  - **Google AdWords:** Palabras clave más utilizadas en referencia a un sector profesional. Promedio de veces que se busca un término.
  - **Google Trends:** Muestra la tendencia de los términos buscados a nivel mundial, nacional...
  - **Google Analytics:** También comunica las palabras clave por las que el público ha encontrado una web.
  - **Google Correlate:** A partir de un término dado, devuelve otros con un patrón de búsqueda similar.
- **Web:** **URL descriptiva / Título descriptivo** (no más de 70 caracteres o se podrá ver cortado), Palabras clave en el **contenido**, **Velocidad** de carga, **Contenido** válido y relevante, Optimizar el peso de las **imágenes**.
  - **Secciones web:** Noticias, blogs, foros, preguntas frecuentes, glosario de términos, consejos.
  - **Comunicar** lo que se hace de forma clara y concisa.
  - **Google Maps:** Cuando se tiene una dirección física del negocio. Seguir los pasos en **Google Places:**  
<https://www.google.com/business/placesforbusiness/>
- **Enlaces (links) de mi web:** En otras webs, foros, blogs, etc.
  - Webs similares, que tengan interés, que tengan buena posición en buscadores.
  - Directorios de empresas

# ATRAER, FIDELIZAR, CONVERTIR

- **Email Marketing:** Potenciar la repetición de compra a través del envío de **newsletters** con ofertas y novedades. También se pueden enviar ofertas personalizadas en momentos puntuales (cumpleaños...)
  - Los clics generados a través de e-mailing marketing son un **11% más efectivos** (más posibilidades de convertirse en clientela).
- **Marketing de Contenidos (Inbound, no intrusivo):** Generar noticias, artículos de actualidad, opiniones... para **generar tráfico** a la web. El contenido tiene que aportar lo que nadie más aporta; debe ser novedoso.
  - Un blog aumenta en un 55% las visitas a la web.
  - Permite al público hacer comentarios y dar un **feed-back**.
- **Fidelizar las visitas:** Redes Sociales:
  - Crear y publicar **vídeos** para enseñar usos a la clientela (Canal Youtube).
  - Página de **fans** donde anunciar los productos y servicios (Facebook).
  - Crear una plataforma para la atención a la clientela y que todas las personas usuarias puedan ver las respuestas (Twitter).

# PAGO POR CLIC - SEM

- **Campañas por clic:** Pagar a Google para que posicione en los primeros lugares, en función de las palabras clave.
  - **Google AdWords:** Informa de los sitios en los que Google recomienda anunciarse.
- **Banners**