

loading...



Capacitaciones digitales **gratuitas.**

CURSO_ N° 3

“Herramientas de Marketing Digital”

Profesor: Alejandro Pérez

aperez@eshopex.com

www.eshopex.com



CON TENI DO_



1. ¿Qué es el Marketing Digital?
2. ¿Cómo definir una estrategia de Marketing Digital?
3. Herramientas recomendadas



“¿Qué es el Marketing Digital?”



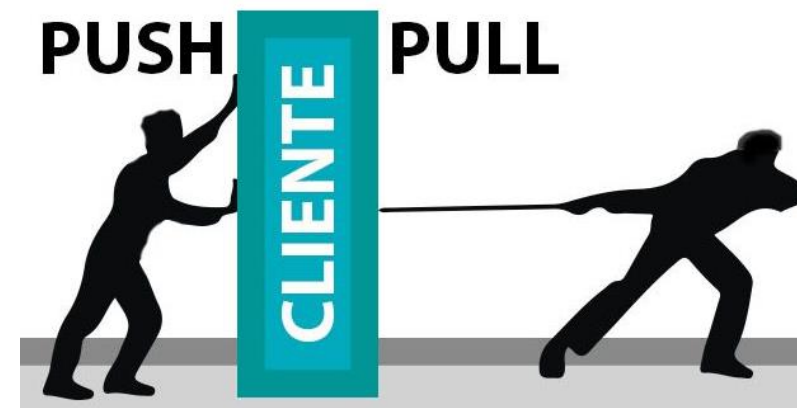
“Historia”

- El término **marketing digital** se utilizó por primera vez en la década de los 90s.
- También lo llaman “marketing online”, “marketing en Internet” o “web marketing”.
- En la ultima década ha crecido la publicidad en línea basada en el comportamiento (**Online Behavioural Advertising**), la cual se adapta a los usuarios de Internet.
 - Aunque es un recurso innovador, OBA plantea una preocupación con respecto a la privacidad y la protección de datos de los consumidores.
 - Caso de Facebook/Cambridge-Analytica está generando cambios en regulación.



“Pull versus Push”

- En el caso de las campañas de marketing **Push** es la propia empresa la que desea comunicar un mensaje comercial a los clientes.
 - Ejemplo: Amazon realiza un push predictivo, con sus sistemas de e-mailing alimentados por su CRM y business intelligence.
 - Ejemplo: Google Ads.
- El **Pull** Marketing tiene el enfoque opuesto, en este caso son los consumidores los que buscan.
 - Pull Marketing requiere una gran cantidad de dinero para invertir en publicidad que se gasta en hacer marca y elevar el TOM (Top Of Mind) de las empresas, productos y/o servicios.
 - Ejemplo: Embajadores en redes sociales.



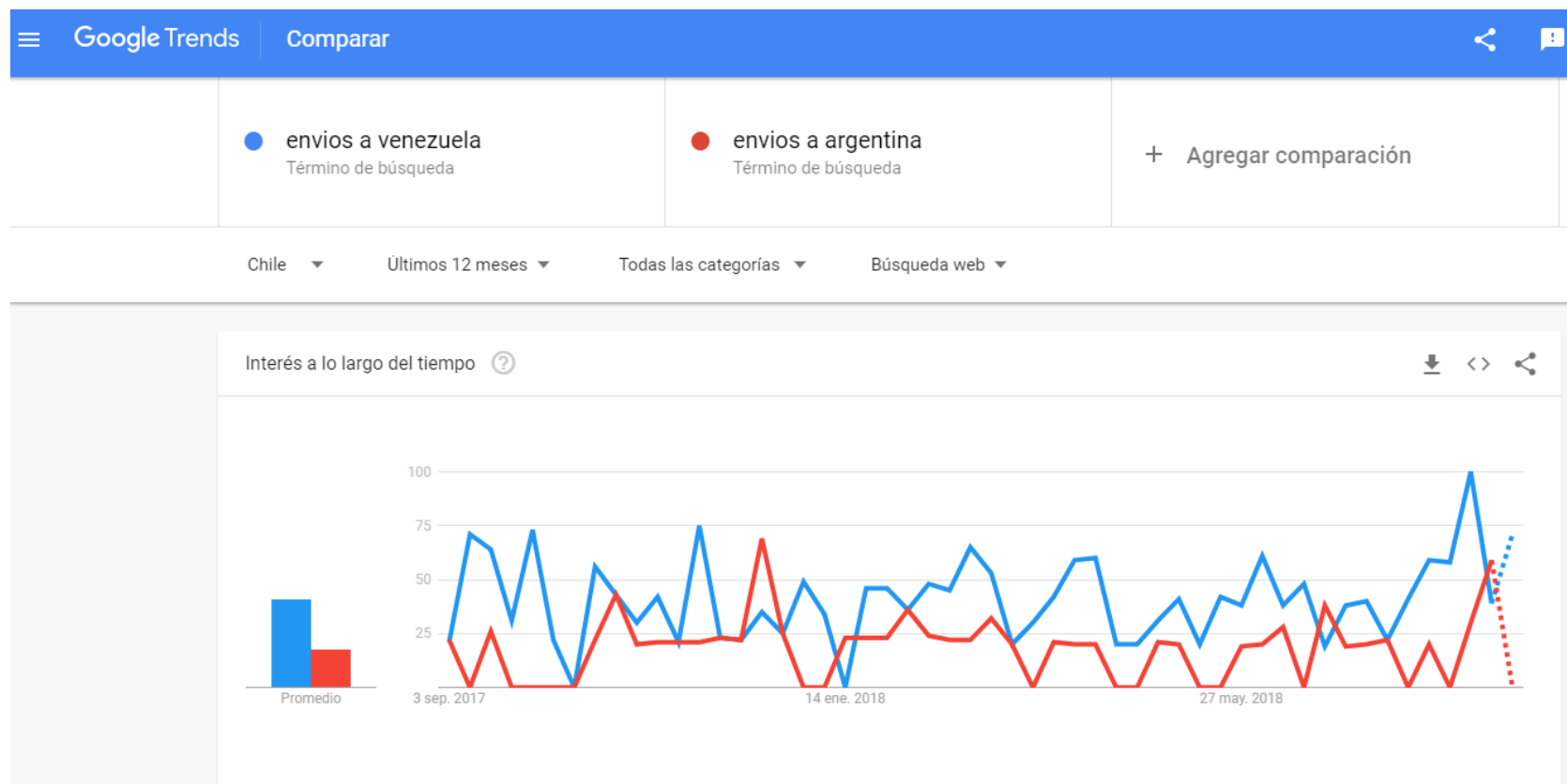


“¿Cómo definir una estrategia de Marketing Digital?”



“Identifica a tu cliente objetivo”

- ¿El mercado objetivo son personas o empresas (B2B o B2C)?
- Para analizar el mercado y definir estrategias de marketing, apoyarse con Google Trends.



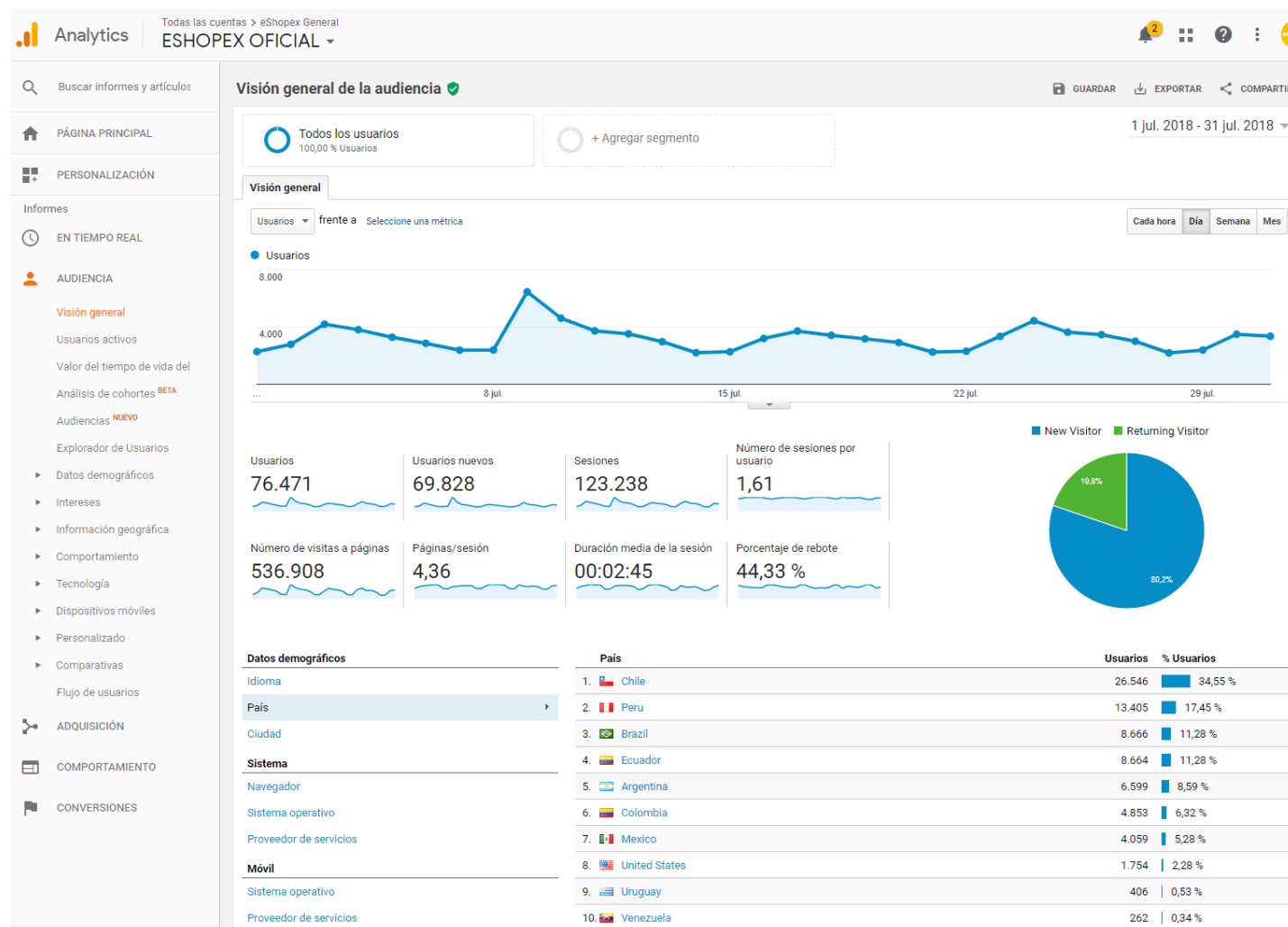


“Conoce a tus clientes”

- ¿Qué sabemos de nuestros clientes? ¿Los tenemos **segmentados**?
- Crea una base de datos de calidad con detalles de tus clientes.



“Conoce a tus clientes”



- Para analizar el tráfico del sitio web, usa Google Analytics.
- Revisa el tráfico por página, ciudad, edad, idioma, etc.
- ¿De dónde llega el tráfico?



“Conoce el Costo de Adquisición por Cliente”

- Compara visitas vs. conversiones.
- ¿Cuánto invertiste por canal y cuántos clientes/ventas hiciste por ese canal?
- ¿Todos los clientes tienen el mismo comportamiento? Por ejemplo, frecuencia de compra.
- ¿Estamos fidelizando al cliente de alguna forma? Por ejemplo, Programa Puntos Rewards.
- El potencial de consumo de los clientes puede cambiar, dependiendo de dónde sea captado.
- Es necesario **medir todo**.



“Analizar la competencia”

- Para analizar estadísticas de sitios web de terceros, usa www.similarweb.com
- ¿Quién es mi competencia? ¿Cuántos competidores tengo?
- ¿Cuál es el tamaño de la competencia y su fortaleza financiera?
- ¿Cuál es su volumen de ventas?
- ¿Cuál es la **calidad** del producto o servicio que ofrecen? ¿Cómo es la experiencia de usuario?
- ¿Cuáles son sus estrategias de marketing y ventas?





“¿Contratar una agencia/encargado de Marketing?”

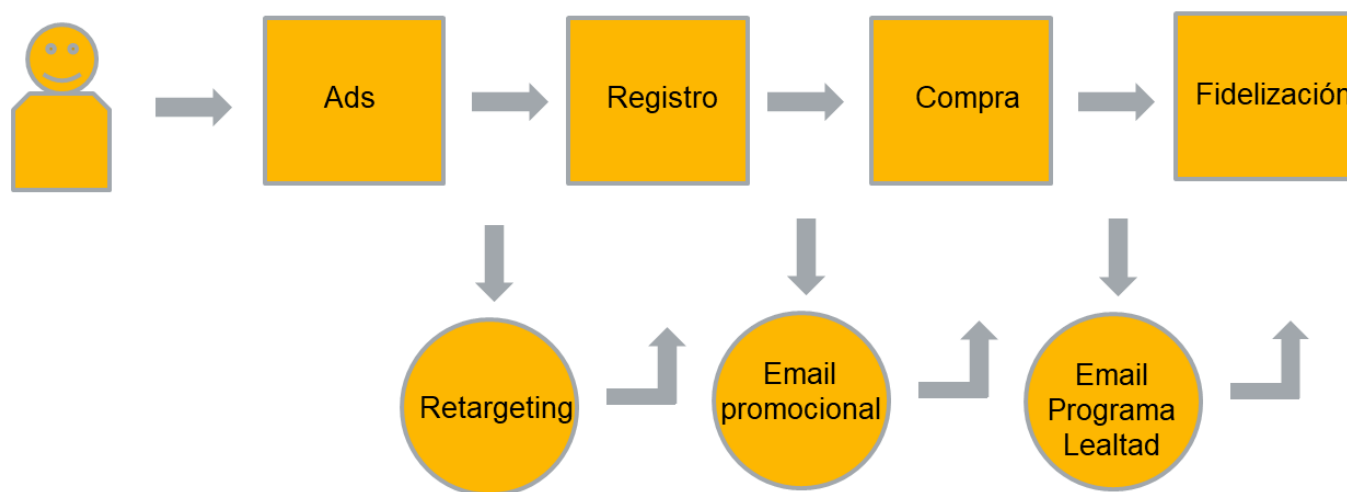
- Hay buenas agencias de marketing digital en Chile.
- Los servicios básicos que ofrecen son el manejo de campañas digitales (ejemplo, Google y Facebook Ads).
- Otras ofrecen servicios de eCommerce, desarrollo web, email marketing, social media y/o relacionales publicas (PR).
- Asesorías para cambio de logo e imagen corporativa pueden ser muy útiles.
- La tarifa regular por campañas digitales es un monto fijo mensual (mínimo \$100.000) + variable de 15% de monto invertido.
- Es importante tener claro qué pedirles y definir un presupuesto para invertir.



“Ejemplo real: estrategia eShopex”



“Flujo Implementado”





“Herramientas recomendadas”



“Email Marketing”

- Existen diferentes **plataformas** de email marketing para todos los presupuestos.
 - Algunas cobran por tamaño de la base de emails y otras cobran por número máximo de emails enviados al mes.
 - Las más sofisticadas permiten programar flujos automáticos de email usando reglas y segmentos de clientes.
- Empresas más grandes usan software **CRM** (Customer Relationship Management) como complemento.
 - Permite comunicación personalizada con clientes.
- Definir metas claras para este canal y **medir**.

MailChimp

emarsys

Constant Contact

MasterBase

e) empresas -ENDEAVOR
CHILE



“Embajadores, ¿cómo funciona?”



- El primer paso consiste en identificar a los **influenciadores** más activos que puedan ser buenos embajadores de tu marca.
- Una vez identificados, diseña un plan de canjes que permita al embajador promover tu producto/servicio.



“Embajadores, ¿cómo funciona?”



- El objetivo es ser referenciado por un influenciador.
- Busca en la base de tus clientes si es que tienes algún potencial embajador.



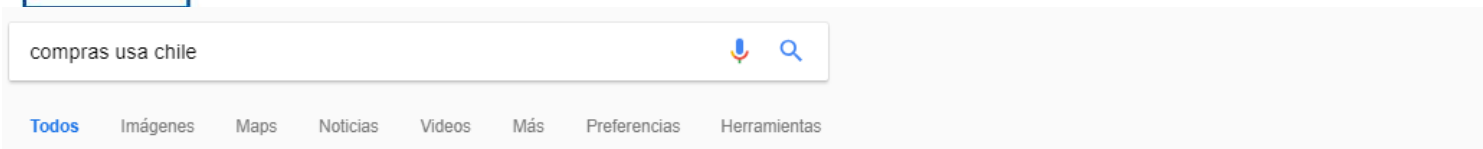
“Avisos pagados en Facebook / Instagram”

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Eshopex', which is marked as 'Publicidad' (Advertisement). The post text reads: 'En eShopex hemos creado una plataforma cooperativa que permite que varios pequeños y medianos empresarios puedan acceder a tarifas de una gran empresa. Código: #FUERAMADURO'. Below the text is a large image featuring a smiling man in a warehouse setting on the left and a yellow promotional banner on the right. The banner contains the 'eshOpex' logo, '20% DESCUENTO EN TRANSPORTE', and 'CÓDIGO: FUERAMADURO'. At the bottom of the post, there is a link to 'ESHOPEX.COM', the text 'Envía de Chile a Venezuela con las mejores tarifas', and another discount code 'Código de Descuento: #FUERAMADURO'. A 'Ver más' button is also visible.

- Son medios baratos que permiten llegar a un gran número de personas.
- Campañas creativas pueden viralizarse y tener muy buenos resultados.
- Permite **segmentación** por edad, ubicación, intereses, etc.
- Permite hacer **retargeting**, mostrando un aviso particular a una base de usuarios identificados con emails.



“Google Ads”



Cerca de 29,200,000 resultados (0.46 segundos)

productos GUESS importados | Compra en USA Recibe en Chile

(Anuncio) www.fullcompras.cl/

Compra Desde Chile en Amazon y Paga en Pesos Chilenos, Fácil, Rápido y Seguro! Amazon en Chile. Amazon USA en Chile. Compra en Amazon Chile. Relojes Amazon en Chile. Tipos: Importación para Empresas, Importación para Personas, Importación para Grupos.

Full Créditos

Hasta un 20% del valor de la compra
En Full Créditos, por Cada Compra

Diferentes Maneras

Y Formas de Pago
Garantizando la Máxima Seguridad

Compra en Amazon desde Chile | TiendaMIA lo trae a tu Puerta

(Anuncio) www.tiendamia.com/

Compra Online en USA desde Chile. ¡El Envío más Barato, Rápido y Fácil! Productos Originales. Servicio De Envío. Compra Segura. Varias Formas De Pago.

Ropa de USA · Lo mejor en electronica · Celulares y Accesorios · Calzado de USA · Herramientas

Buscalibre Te Trae | Productos desde EEUU | buscalibre.cl

(Anuncio) www.buscalibre.cl/

Con el botón Buscalibre cotiza Tus productos de EEUU para importar! Garantía de 3 meses.

Compra en USA | Recibe en Chile con eShopex | eShopex.com

(Anuncio) www.eshopex.com/

y paga tu compra en Chile. Paga lo que pesa el paquete! Registro Gratis. Compra Segura.

eShopex: Comprar por internet en USA desde Chile

www.eshopex.com/cl/

Compras por internet en USA y recibes en tu CASILLA MIAMI GRATIS o directamente en Chile con eShopex.

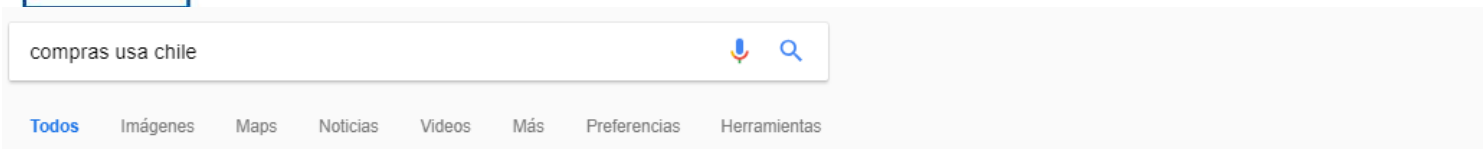
[Comprar en USA desde Chile - TiendaMIA.com](#)



- Los avisos pagados son los que aparecen con la palabra “Anuncio”.
- PPC (pago por clic).
- Las búsquedas orgánicas son las que aparecen abajo.



“Google Ads”



Cerca de 29,200,000 resultados (0.46 segundos)

productos GUESS importados | Compra en USA Recibe en Chile

(Anuncio) www.fullcompras.cl/

Compra Desde Chile en Amazon y Paga en Pesos Chilenos, Fácil, Rápido y Seguro! Amazon en Chile. Amazon USA en Chile. Compra en Amazon Chile. Relojes Amazon en Chile. Tipos: Importación para Empresas, Importación para Personas, Importación para Grupos.

Full Créditos

Hasta un 20% del valor de la compra
En Full Créditos, por Cada Compra

Diferentes Maneras

Y Formas de Pago
Garantizando la Máxima Seguridad

Compra en Amazon desde Chile | TiendaMIA lo trae a tu Puerta

(Anuncio) www.tiendamia.com/

Compra Online en USA desde Chile. ¡El Envío más Barato, Rápido y Fácil! Productos Originales. Servicio De Envío. Compra Segura. Varias Formas De Pago.

Ropa de USA · Lo mejor en electronica · Celulares y Accesorios · Calzado de USA · Herramientas

Buscalibre Te Trae | Productos desde EEUU | buscalibre.cl

(Anuncio) www.buscalibre.cl/

Con el botón Buscalibre cotiza Tus productos de EEUU para importar! Garantía de 3 meses.

Compra en USA | Recibe en Chile con eShopex | eShopex.com

(Anuncio) www.eshopex.com/

y paga tu compra en Chile. Paga lo que pesa el paquete! Registro Gratis. Compra Segura.

eShopex: Comprar por internet en USA desde Chile

www.eshopex.com/cl/

Compras por internet en USA y recibes en tu CASILLA MIAMI GRATIS o directamente en Chile con eShopex.

[Comprar en USA desde Chile - TiendaMIA.com](#)



- Es una **herramienta muy efectiva** para generar ventas y captar clientes.
- Google permite **segmentar** el mercado objetivo.



“Google Display”

- Se puede establecer oferta basada en CPC o CPM (costo por cada mil impresiones).
- Campañas se muestran en páginas con alto tráfico de clientes potenciales.
- Permite hacer **remarketing** (o retargeting), que es mostrar anuncios a personas que hayan visitado previamente tu sitio web y que no han comprado.

Llega a tus clientes donde estén.

Con millones de sitios web, páginas de noticias, blogs y espacios propios como Gmail, YouTube, la Red de Display de Google llega a más del 90% de los usuarios de Internet de todo el mundo. Y te ofrece opciones especiales para que tú puedas llegar a los que te interesan mediante palabras clave, datos demográficos y acciones de remarketing.

Intereses y remarketing

Audiencias afines

Amantes de la música

>>

Aficionados a la tecnología

>>

Con conciencia social

>>

Aficionados a las actividades al aire libre

>>

Amantes de los animales de compañía

>>

Seleccionadas 4

Audiencias afines: 3

Amantes de la música

X

Aficionados a la tecnología

X

Personalizada >

Con conciencia social

X

Audiencias en el mercado: 1

Artículos electrónicos de consumo > Audio

X



“SEO”

- SEO (“Search Engine Optimization”) es el **proceso técnico** mediante el cual se realizan cambios en la estructura e información de una página web, con el objetivo de mejorar la **visibilidad** de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes **buscadores**.
- Se consideraron factores externos a la página (PageRank y análisis de vínculos) y factores internos (frecuencia de palabra clave, etiquetas meta, cabeceras, vínculos, estructura del sitio web, velocidad de carga de la página).



“SEO”

- La **optimización** se realiza en dos sentidos:
 - **Interna** / On-page SEO: mediante mejoras en el contenido. Mejoras técnicas en el código. Accesibilidad. Test A/B, etc.
 - **Externa** / Off-page SEO: se busca mejorar la notoriedad de la web mediante referencias a ella. Esto se logra fundamentalmente a través de links naturales (tráfico de referencia) y social media.
- ¿Contratar a un asesor? ¿Cuánto cobran?

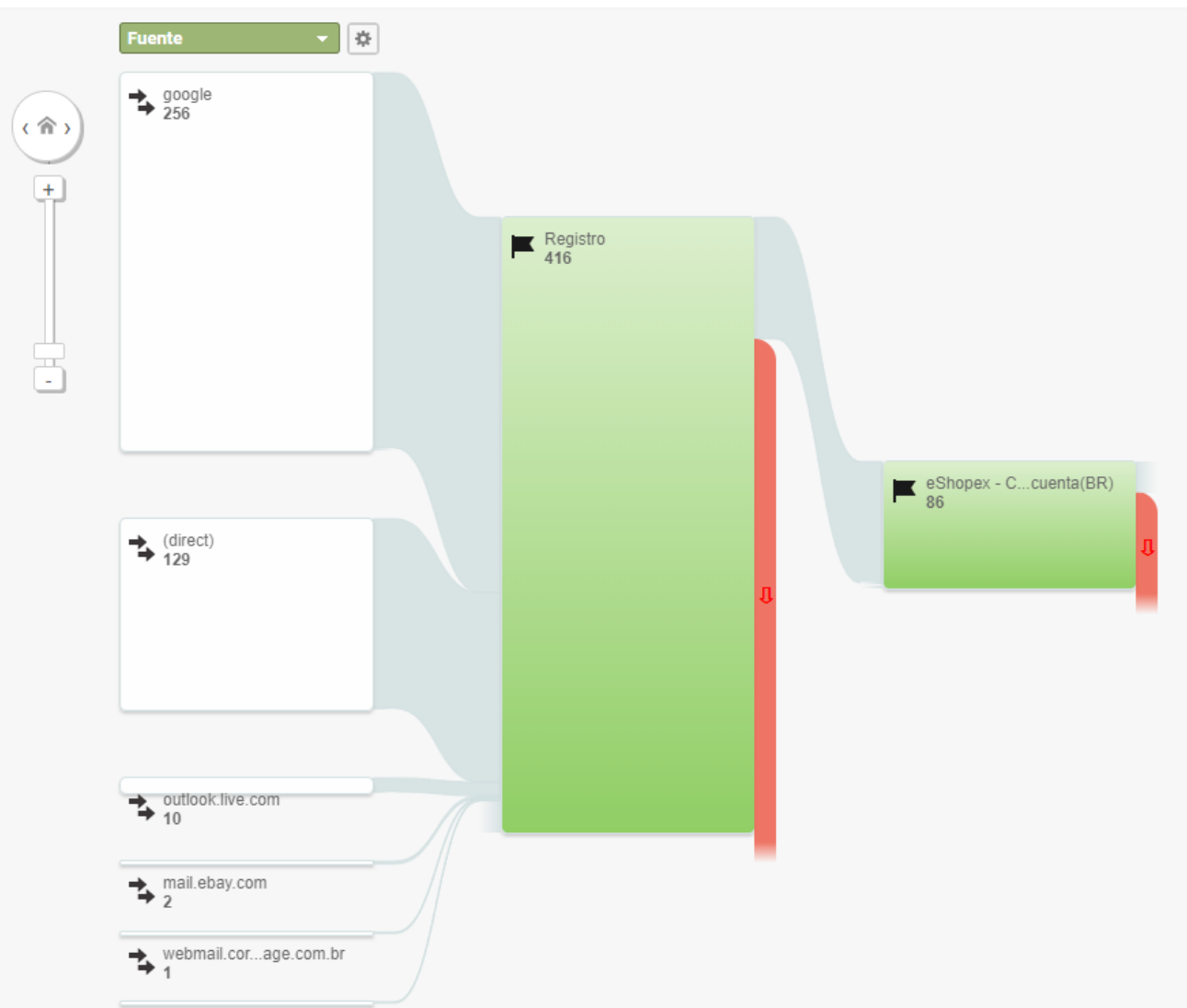


“Otros canales de marketing”

- YouTube: muy efectivo en algunos segmentos.
- Twitter: no he visto buenos resultados en publicidad pagada.
- LinkedIn: bueno para búsquedas de personal calificado.
- Spotify: para branding puede servir.
- Waze: para empresas que basan su estrategia en ubicación.
- **Convenios:** muy efectivo si se hace bien.
 - En eShopex tenemos convenios con varios bancos.
 - El único costo es el sueldo/tiempo de la persona que hace seguimiento a los convenios, y el monto del descuento que se les hace a los clientes.



“Algunos consejos”



- Evalúa continuamente los resultados.
- Mide **CPA** (costo por adquisición) por canal.
- Verifica de dónde llegaron tus ventas.
- Usa Google Analytics.



“Ejemplo real: FARMEX.cl”

- Hace pocos días recibimos el permiso del ISP para operar como FARMACIA. ¿Qué **herramientas** usamos para promover el servicio?

- Herramientas disponibles:

Email Marketing

→ Sí, pero es lento construir la base.

Embajadores

→ Si, hay que buscar candidatos.

Google Ads

→ Si, aunque el ISP lo regula.

Google Display

→ Si, promocionando servicio general.

Redes sociales

→ Si, pero es lento tener una base.

Facebook/Instagram Ads

→ Si, hay que probar con aviso general.

Twitter

→ No

SEO

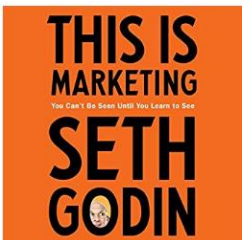
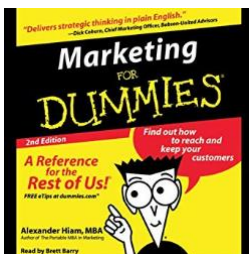
→ Sí





“Material complementario”

- PageRank: <https://ninjaseo.es/google-pagerank-pr-que-es-como-calcularlo-y-mejorarlo/>
- Libro: enseña las herramientas básicas de marketing digital https://www.amazon.com/Marketing-for-Dummies-Second-Edition/dp/B000YHH1QA/ref=sr_1_2?ie=UTF8&qid=1536250956&sr=1-2&keywords=digital+marketing+for+dummies
- Libro: el marketing real no se trata de acumular clics y tweets; se trata de conexión, empatía y hacer la diferencia https://www.amazon.com/This-Marketing-Cant-Until-Learn/dp/B07DKN7DG2/ref=sr_1_7?ie=UTF8&qid=1536247706&sr=8-7&keywords=seth+godin





¡Ayúdanos a mejorar!

Ingresa a <https://bit.ly/2pZhFeB> y evalúa el curso.

#GRACIAS_

