Guía de Mkt Digital.

Una guía práctica de cómo aplicar el marketing digital a tu negocio >>>>

LET'S MARKETING 4

ÍNDICE

1. Introducción: para qué sirve esta guía

2. ¿Cómo funciona el Marketing Digital?

3. Plan de marketing digital: el ecosistema digital ideal

4. El ecosistema digital: qué es y qué lo conforma

4.1. Web: qué es y cómo se mide y usa para un negocio.

4.2 Publicidad: qué es y cómo se mide y aplica a un negocio.

4.3. SEO: qué es y cómo se mide y aplica a un negocio.

4.4 RRSS: qué es y cómo se mide y aplica a un negocio.

4.5. Email marketing: qué es y cómo se mide y aplica a un negocio.

5. ¿Qué esperas de tu proyecto digital?

6. Herramientas del Marketing Digital [2020]

AVISO PARA LECTORES

Esta guía está pensada para ser brutalmente práctica.

Esto quiere decir que no vamos a ser tremendamente técnicos,
ni vamos a profundizar en algunos aspectos, que aún siendo relevantes,
quitan el foco del asunto que nos traemos entre manos:

- **Qué entiendas que es un ecosistema digital, qué herramientas tiene y cómo puedes utilizarlas para potenciar tu negocio.**

Marketing Digital. Y eso, ¿qué es? 🤔

El marketing digital es toda acción con un objetivo de venta o branding de una marca, producto o servicio llevado a cabo en Internet. Esto por sí solo verás que es una definición demasiado amplia! Y es que podemos hacer tantas cosas que puede parecer inabarcable.

Pero no hace falta saber que es marketing digital para tener una buena estrategia de marketing digital en los canales que se utilicen. Muchos influencers tienen una estrategia brillante de marketing digital y no saben qué es un “lead” por ejemplo.

Por eso no queremos meternos ahí, solo queremos que entiendas que aquí vas a aprender a usarlo y a entender por qué debes elegir el marketing digital en vez de otro tipo de acciones (que por supuesto nunca descartamos):

Razones por las que debes tener una estrategia de marketing digital:

- **Interactividad**
- **Análisis y medición**
- **Mayor alcance a la audiencia**
- **Personalización y precisión**
- **Bajos costes de operación**
- **Flexibilidad**
- **Competitividad**
- **Retención de clientes**

Crea el Ecosistema digital ideal 👌

Como todo en la vida, una acción de marketing surge de una idea.
Y en marketing esas ideas suelen ser creativas, retadoras y explosivas.
El problema es que pocas veces se llevan a cabo, y si se hacen, pocas veces llegan a buen puerto.

Bien, en el 70% de los casos es por falta de metodología y planificación.

Por eso queremos daros unos pequeños pasos de cómo se debe abordar y crear un plan de marketing para que consigas llevar a buen puerto tus acciones de marketing digital.

- **Definición de los objetivos**
- **Creación de indicadores clave de desempeño (KPIs)**
- **Elaboración de los Buyer Personas**
- **Creación de un RoadMap de acciones basándote en tu ecosistema digital**

Ecosistema digital, ecosistema digital, ecosistema digital ...

Seguramente ya te has dado cuenta de lo pesados que somos con el término “Ecosistema Digital”... En la agencia es tatuaje obligatorio.

¿Por qué somos tan insistentes con el Ecosistema digital?

Bueno el ecosistema digital de tu negocio es TODO lo que haces online y debes tener en cuenta que TODO ayuda a hacer crecer o destruir tu negocio. 🤑🔥

Cualquier agencia de marketing decente se indignará si llegas y le dices: quiero que me hagas rrss. **¡Oiga que no vendemos pan!.**

Lo único que una agencia de marketing como Dios manda puede hacer ahí es: Tienes web? Vendes tu producto online? Alguna vez has hecho campañas en Google? Qué rrss usas? Haces Email marketing?.... Y un largo etc. Después de succionarte el cerebro, entonces te llegará con un plan para medir tus objetivos que incluye normalmente todos los canales de tu ecosistema digital.

Ecosistema digital sencillo:

- Web
- Publicidad online
- SEO
- RRSS
- Email Marketing

“Recuerda ... Lo único
que te ofrecemos
es la verdad”
LET'S
MARKETING

¿Qué es tu ecosistema digital?

Vas a abrir una tienda de Cupcakes (web/ ecommerce). Lógicamente quieres que la tienda esté en una calle transitada (posicionamiento). Quieres que por dentro sea bonito y la gente saboree con la vista tus cupcakes (UX/UI). Cuando los entregas lo haces con mimo y con un packaging genial para que tus clientes se sientan cuidados (email mkt, RRSS... usadas para fidelización).

Sabes además que **a Juanita, la prejubilada del 3º, le encantan tus cupcakes**; y cada semana trae a 3 de sus amigas para que los prueben... así que de vez en cuando le regalas una cajita, para que no se le olvide quién hace los mejores cupcakes de la ciudad (Influencers, Mkt de afiliación). Eventualmente la gente se olvida de la nueva tienda de cupcakes del barrio y decides hacer un cursillo de repostería para recordárselo (webinars/ SEO), aprovechas el revuelo para pagar a tu sobrino y que reparta 500 flyers que con esmero has hecho tu mismo en Canva (Publicidad digital).

Se arma tal revuelo que **todo el mundo llega a probar tus cupcakes,** tú no estabas preparado y varios clientes se quejan que sus pedidos no salen (Reseñas de Google, RRSS). Ahí te das cuenta de tu capacidad y decides que es hora de abrir otro punto de venta. Con el tiempo vendes más cupckaes que patatas vende McDonalds y la media de obesidad en España sube. Y la historia ya se vuelve fea porque la gente empieza a tener problemas de salud...

ENTONCES ... Si todos entendemos que la mesa de tu tienda de cupcakes debe estar limpia cuando nos vamos a sentar a comer... Por qué cuesta tanto entender que debemos tener unas RRSS impecables? o que nuestra página debe ser navegable y SEO Friendly?.

Qué es una web y cómo se usa

La web **es la representación digital de tu negocio, y hoy en día puede ser incluso más importante que un lugar físico.** Ten en cuenta que los puntos de venta u oficinas suelen tener un radio de eficacia que, dependiendo del negocio, oscila desde 1 km hasta 5km a la redonda. Esto quiere decir que el público está limitado. Con nuestra web podemos llegar a donde queramos siempre y cuando la posicionemos dónde hace falta.

Ten en cuenta que **tu web será tan efectiva como útil sea para el usuario, y la dispersión de su contenido tan amplia como lo sean tus canales de comunicación digital.**

Cómo se mide

Algo que también debes tener presente es que **una web no es un producto,** no se acaba el día que la publicas. Tener una web **es un trabajo constante de mejora** para lo que necesitamos medir cómo se comportan tus potenciales clientes cuando llegan allí. Lo mínimo que debes tener es: **Google Analytics y Google Search Console.**

Las 3 máximas De una WEB:

- **Mantén tu web actualizada (un blog es una buena idea)**
- **Ten siempre un punto de contacto (email, formulario, whatsapp integrado...)**
- **Mide todo lo que hagas, especialmente si son cambios grandes.**

Qué es la publicidad digital y cómo se usa

La publicidad digital **es la manera más rápida de aportar tráfico a tu sitio web // landing // RRSS**... Sea cual sea el objetivo debes saber que es el método rápido, **pero OJO, no siempre es el indicado**

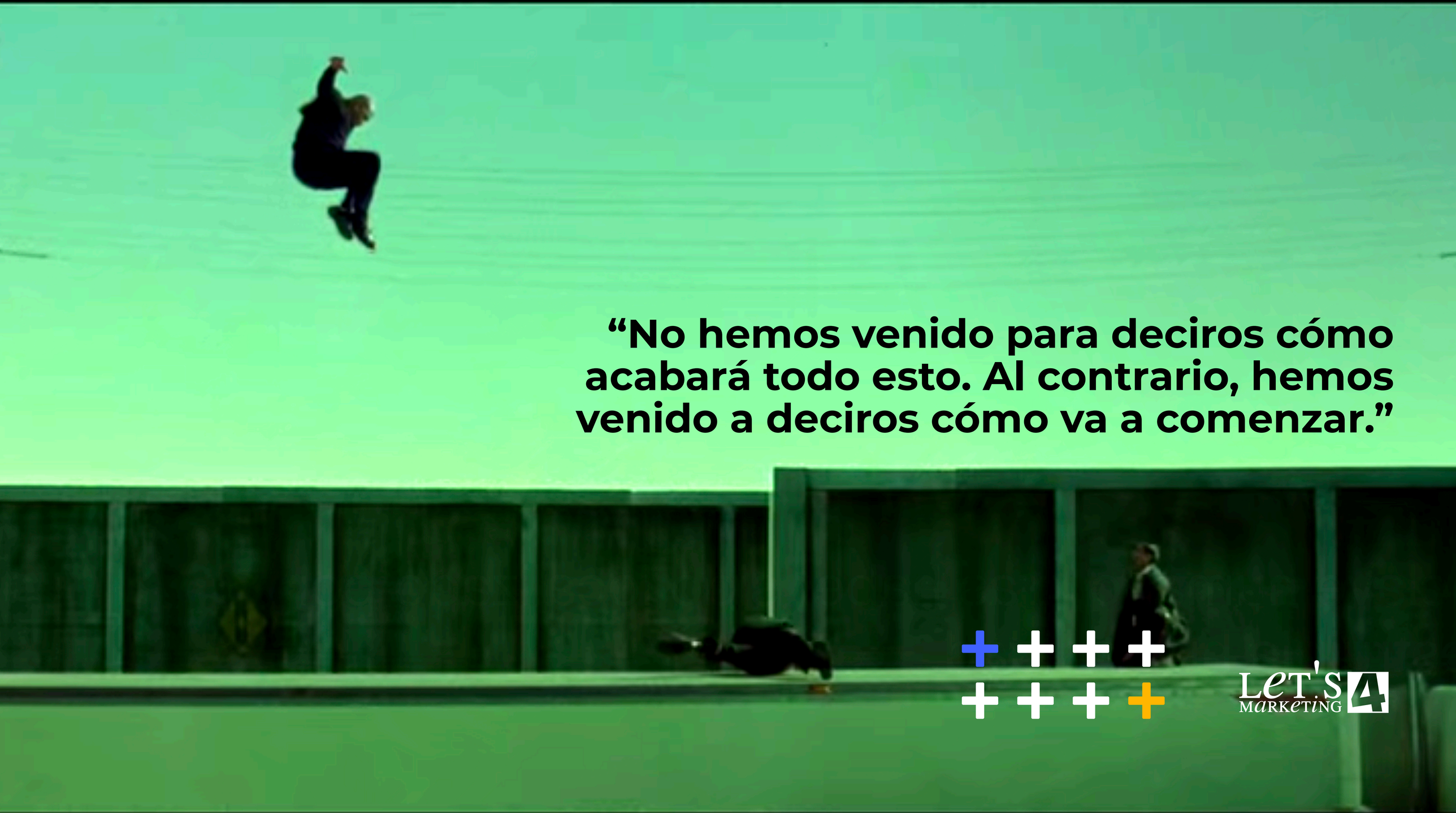
Muchas gente piensa que por meter dinero en su ecosistema digital todos sus problemas de captación o falta de engagement se acabarán, y a veces es así!! Pero como profesionales debemos recomendarte que primero tengas un ecosistema digital sano y enfocado a la conversión que tú necesitas antes de ponerte a gastar dinero.

Cómo se mide

Una de las mejores partes de la publicidad en medios online es que podemos medir absolutamente todo lo que hacemos. Esto nos da una ventaja increíble respecto a los medios tradicionales, no solo porque podemos tomar decisiones al minuto, si no porque no estamos apostando toda la inversión sin conocer el resultado. Cada plataforma publicitaria tiene su gestor de anuncios y este gestor debe conectarse con tus plataformas de medición ya sea en Web o RRSS. Nunca tendrás una campaña eficiente hasta que sepas por dónde entra el dinero hasta cuánto está costando conseguir tu objetivo de campaña (leads, llamadas telefónicas...).

Típos de publicidad:

- **Google (Search,Email, GDN, Shopping, Remarketing..)**
- **Social Ads (Fb e IG, LinkedIn, Youtube, Spotify, Tiktok...)**
- **RTB (Real Time Biding)**


“No hemos venido para deciros cómo acabará todo esto. Al contrario, hemos venido a deciros cómo va a comenzar.”

Qué es el SEO y cómo se usa

SEO (Search Engine Optimization) es la optimización de resultados en motores de búsqueda para las keywords que elegimos. **Dicho en cristiano: Que cuando busques en google por el servicio de tu negocio tú aparezcas el primero.**
Es una de las armas más potentes del marketing digital por dos motivos clave:

1. **Le estás presentando tu empresa a un usuario que la está buscando, la psicología es totalmente distinta a la publicidad, que estas aprovechando un rato de ocio del potencial cliente para impactarle por la fuerza.**

2. **Es GRATIS! y solo requiere de una estrategia pensada y contenidos que demuestren tu expertise para triunfar.**

Pero tiene una desventaja, no es una estrategia para conseguir resultados rápidamente. Para tener una estrategia SEO potente, con sentido y empezar a tener tráfico orgánico gratuito y relevante para tu web necesitarás al menos 6 meses.

El SEO es una estrategia a largo plazo que ademas es tu reputación en el mundo digital.

Cuídala y haz que se convierta en un activo más de tu empresa.

Cómo se mide

Es importante que tengas en mente que el SEO se trabaja hacia dentro y hacia fuera:

SEO Onpage: Tu web debe estar programada para gustar al buscador y cumplir con unos requisitos de usabilidad y de etiquetado de todo el contenido.

SEO Offpage: Una estrategia SEO solo sirve si se enfoca hacia el exterior, es vital que tengas una buena relación con dominios que tratan tu misma temática y que tus contenidos se tomen como ejemplo en páginas referentes del sector.

Qué son las RRSS y cómo se usan

Las Redes Sociales son a día de hoy una herramienta de comunicación indispensable con tus posibles clientes. El fallo más habitual que encontramos en la agencia es ver que las redes sociales se usan como un medio de comunicación unidireccional, es decir, lo usamos para dar información sin importar si esa información es interesante de verdad para el usuario. **IMPORTANTE: NO HAY QUE TENER TODAS LAS RRSS**, dependiendo del negocio unas son importantes y otras pierden sentido... Te imaginas un bufete de abogados en Pinterest? o por el contrario... te imaginas un bufete de abogados sin LinkedIn??.

Algo que tampoco se tiene en cuenta es el timing de lo que comunicamos. Las rrss nos dan un momento en privado con nuestra audiencia, no podemos ser intrusivos, más bien debemos guiar al usuario hacia cumplir un objetivo que también lo satisfaga a él. **Las rrss tienen además algo mágico, y es que es la única plataforma en la que una marca puede hablar de tu a tu con sus usuarios,** es algo que se trabaja mucho en la agencia, que las marcas tengan una personalidad propia y que esa personalidad se note en todas las interacciones con el usuario.

Comentarios y shares deberían ser las métricas más buscadas en tus redes a día de hoy si quieres tener un ecosistema digital saludable.

Cómo se miden

Lamentablemente aún hoy seguimos en la fiebre de los followers ... si bien es verdad que es necesario tener una buena masa crítica de seguidores, **es vital que esos seguidores tengan un buen engagement, es decir, que interactúen con la marca.**

Al igual que en el caso de la publicidad, **las propias plataformas de rrss te aportan un montón de datos muy valiosos,** pero si es verdad que en rrss podemos ir un paso más allá con herramientas alternativas que incrementen la profundidad del análisis de nuestras redes.

Qué es el Email marketing y cómo se usa

El Email marketing **es la disciplina de marketing online mas antigua de todas, y sin embargo es una de las más olvidadas.** Esto es por la simple razón de que el marketing se entiende como la captación de NUEVOS clientes, cuando muchas veces el marketing más efectivo se trata de reconvertir o fidelizar a VIEJOS clientes.

El email marketing viene ganando relevancia puesto que estamos hartos de la publicidad en sites y en rrss, parece que a falta de cartas, el email se ha convertido en la comunicación más tradicional y personal que podemos tener con nuestros clientes.

Muchas estrategias de marketing se pueden CERRAR gracias al email marketing, algo que vuelva una oferta en un acuerdo personal entre el usuario y la empresa que presta el servicio. **El email marketing es por lo tanto una herramienta increíble para potenciar y completar cualquier estrategia de marketing digital.**

- **NUNCA, JAMÁS, NEVER… compres una BBDD que no hayas generado tu mismo, es tirar el dinero y crear un malestar hacia tu marca que incluso acabe en tema legal…**
- **MIDE!!! prueba distintas horas, distintos contenidos, distintos botones, dsitintas temáticas… lo que sea pero prueba! verás que al final das con el email perfecto para tu audiencia y tus objetivos.**

Cómo se mide

Las métricas más importantes a tener en cuenta son la tasa de apertura y los clicks, eso te revelará que tu campaña es interesante como para abrirla, pero que además la gente la consume e interactúa con ella. De nuevo estas mediciones se suelen hacer en las herramientas disponibles de envío masivo. Hay muchas en el mercado, cada una aporta sus pros y contras, pero todas tienen en cuenta las mismas métricas.

Estamos llegando al final de este viaje por el marketing digital... y si esta guía te ha ayudado, ahora mismo tienes en la mente una idea de lo crees que necesita tu negocio.

DEBES PREGUNTARTE

¿Cuál es mi proyecto digital? ¿Qué espero conseguir con esto?

Hasta que no sepas responder a esa pregunta de manera sencilla no podrás abordar este proyecto que te propones.

Lo segundo que deberías estar pensando es en ponerte en manos de profesionales, ya sea un agencia seria o una persona inhouse, que te ayude a aclarar este camino y a trazar la estrategia perfecta.

Queda mal que nosotros hagamos hincapié en esto pero toda agencia seria te diría que su primera batalla para conseguir un cliente es que ese cliente entienda la profesionalidad de su trabajo. Es un sector tremendamente prostituido, lleno de primos, y siempre empezamos la relación con el cliente con una base de desconfianza.

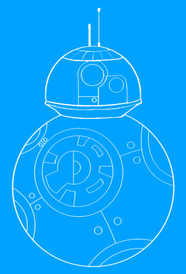
El mundo del marketing digital es amplio, complejo y sobretodo, muy cambiante. Todas las semanas salen cosas que te obligan a actualizarte y es importante que tengas un profesional a tu lado que te ayude a aprovechar estos cambios a tu favor y que no te quedes en el camino.

Herramientas digitales DIY 😍

No vamos a profundizar en todas las herramientas pero si te vamos a dar una lista muy interesante según los apartados de la guía para que puedas identificar para qué te pueden servir:

1. **Plan de marketing digital:** muy útil el modelo Canva para que entiendas hacia dónde va tu negocio y cómo debería estar presente en digital: **https://cutt.ly/TyPYEr4**
2. **WEB:** Emarsys, Google Analytics, SEMrush, Hotjar
3. **PUBLICIDAD:** SEMrush, Google Adwords
4. **SEO:** RD Station, Google Search Console, SEMrush, Buzzumo, Feedly
5. **RRSS:** Hootsuite, Buzzumo
6. **EMAIL MARKETING:** HubSpot, Infusionsoft, Mailchimp

Si te hemos sido de ayuda, podremos serlo mucho más :)



LET'S MARKETING 4