#SOYEMPRESARIO

Estrategia de Marketing Digital

Taller presencial

SESIÓN 2

Cámara de Comercio de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

CONTENIDO DEL TALLER – SESIÓN 2

1. Tácticas digitales

- Marketing de contenidos
- Marketing de redes sociales
- Email Marketing

2. Monitoreo de la estrategia

- KPI´s
- Herramientas Útiles

3. Construye tu Plan de Marketing

Cámara de Comercio de Bogotá

1. Tácticas Digitales

Desarrollo de la estrategia

Tácticas

- SEO
- SEM
- Marketing de contenidos
- Redes Sociales
- Email Marketing

↓

KPI`s

- Analítica web

#SOYEMPRESARIO

Tácticas Digitales

Marketing de Contenidos

Cámara de Comercio de Bogotá

Marketing de Contenidos

Crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el objetivo de atraerlos hacia la empresa y conectar con ellos.

No es, por tanto, contenido promocional sino útil y relevante para los usuarios.

¿Cómo Reconocer el Contenido que NO Vende?

Tu audiencia no se convierte en consumidores:

Si te esfuerzas y no te compran, algo está mal, tu producto, tu contenido, tu target.

Tu audiencia no crece:

O no llegas a mucha gente o no llegas a la gente correcta. Doble problema

Las métricas van para abajo:

Nada de lo que haces logra ventas. No es cambiar el diseño! NO! Es cambiar la estrategia y los objetivos, porque algo esta fallando.

Técnicas para Mejorar tu Marketing de Contenidos

Tu mejor contenido no es el contenido que más le gusta a tu audiencia. Y es normal.
A veces un contenido claro y fácil es el más efectivo. Elige una temática y ve desarrollándola en el tiempo.

Haz contenido que cree tráfico circular.
Mismo contenido pero adaptado a cada entorno.

Haz contenido que la gente esté orgullosa de compartir.
¿yo compartiría este contenido?

Genera Core Content que no es otra cosa que lo que une las necesidades de tu consumidor con lo que tu ofreces como servicio/producto.

Cámara de Comercio de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Tácticas Digitales

Redes Sociales

Cámara de Comercio de Bogotá

Redes Sociales de Relaciones

Redes Sociales de Entretenimiento

YouTube TikTok

Redes Sociales Profesionales

Redes Sociales de Nicho

Objetivos Redes Sociales

- Divulgación de la marca.
- Ser un canal activo de comunicación con los clientes.
- Crear una comunidad alrededor de tu empresa.
- Educar a través de su contenido.
- Generar ventas.
- Generar tráfico al sitio web.

Principales Redes Sociales - Facebook

Tipo de presencia:

- Página (Fan page) - Crear y/o Grupo

Tipos de contenido

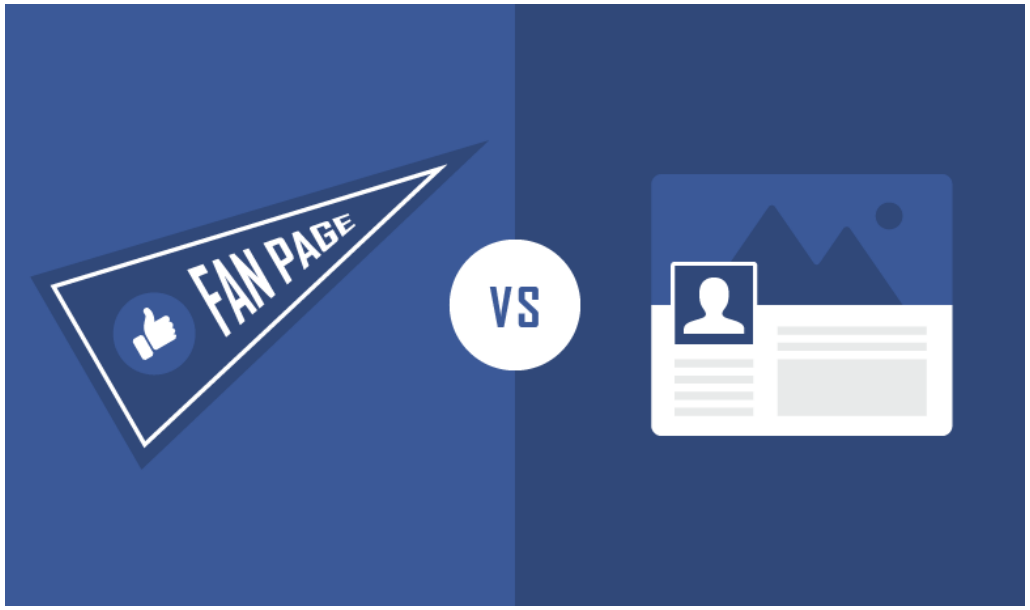
- Imágenes, Videos, Historias, Lives, etc.
- Artículos (Propios y de otros) - $$
- Productos / Servicios / Promociones - $$

Adicionales:

- Tienda (Ecommerce)
- Grupos (Networking)

Tip: *Facebook es la más exigente de las redes y si no mantenemos al público conectado, perdimos!. Esta es la red social más versátil y completa.*

Principales Redes Sociales - Facebook



Perfil Personal

Tenemos “amigos” (Máximo 5.000) se trabaja con solicitudes de amistad que pueden ser aprobadas o ignoradas.

Fan Page

Tenemos “fans” y podemos tener un número ilimitado de seguidores que no necesitamos aprobar o ignorar, basta con que hagan click en el botón “Me gusta”.

¿Cómo Convertir un Perfil en Fan Page?

- Las dos páginas deben representar el mismo propósito.
- Deben tener nombres similares.
- Si fueran locales, deben tener también la misma dirección.
- El administrador de ambas páginas debe ser el mismo.

https://www.facebook.com/help/203498356357867?helpref=faq_content

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Instagram

Tipo de presencia

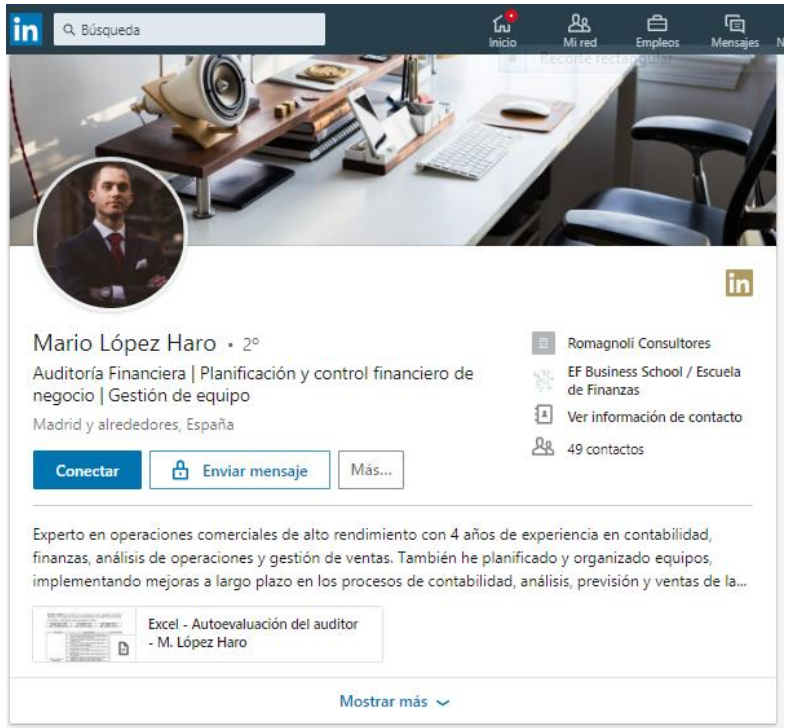
- Cuenta de negocios - Crear

Tipo de contenido

- Imágenes
- Historias
- Galerías
- Videos
- Lives
- Instagram TV

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Linkedin



Tipo de presencia

- Página de empresa- Crear

Tipo de contenido

- Artículos (propios y de otros)
- Productos
- Servicios
- Promociones

Oportunidad

- Grupos

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Twitter

Tipo de presencia

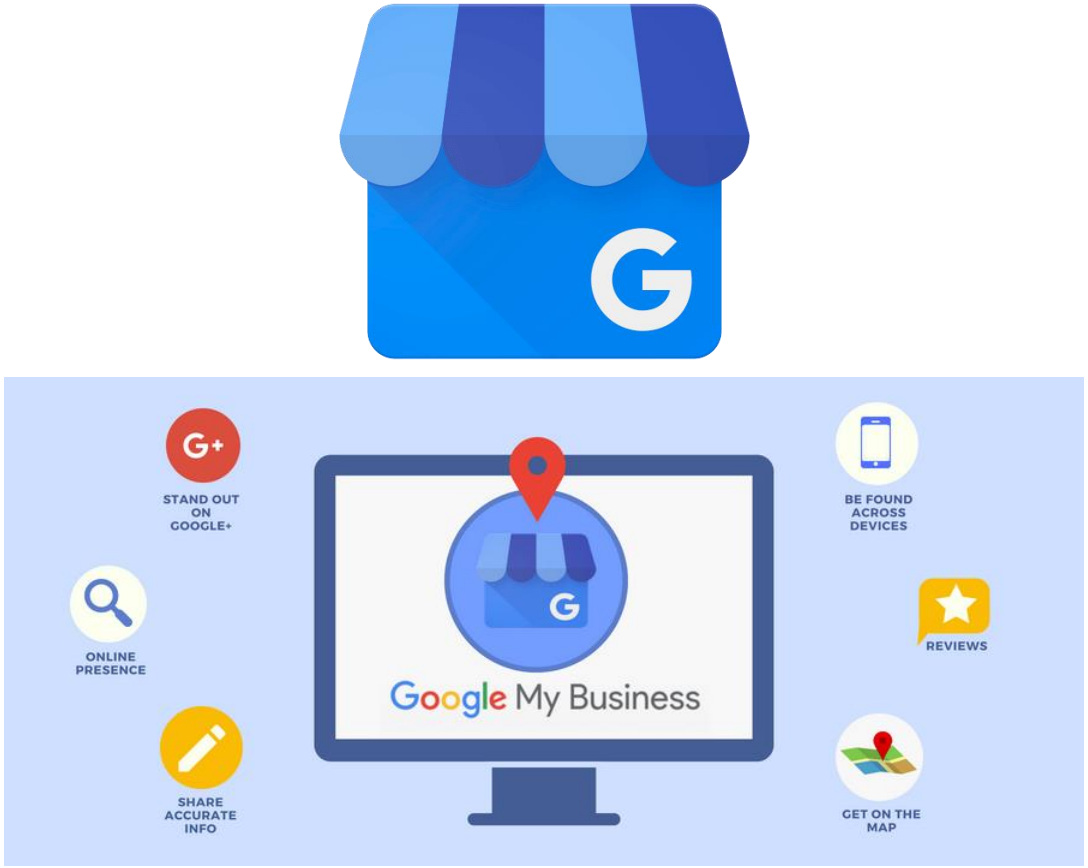
- Cuenta (@) - Crear

Tipo de contenido

- Conversaciones (#HashTags)
- Artículos (propios y de otros)
- Productos
- Servicios
- Promociones

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Google My Business



Tipo de presencia

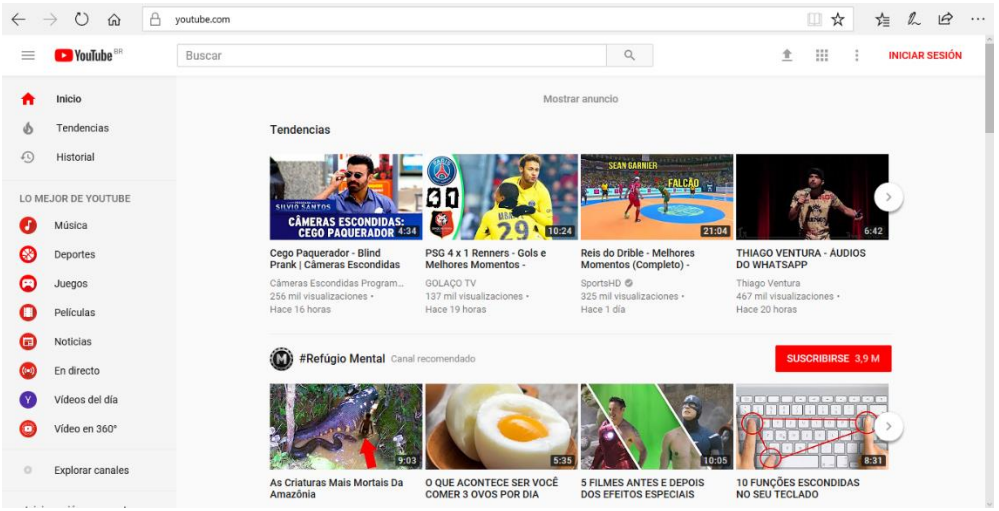
- Ficha de negocio- Crear

Tipo de contenido

- Información del negocio
- Imágenes y videos
- Artículos (propios y de otros)
- Eventos
- Productos
- Servicios
- Promociones
- Palabras Clave

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Youtube



Tipo de presencia

- Canal - Crear

Tipo de contenido

- Videos
- Listas de reproducción

Cámara de Comercio de Bogotá

Principales Redes Sociales - Pinterest

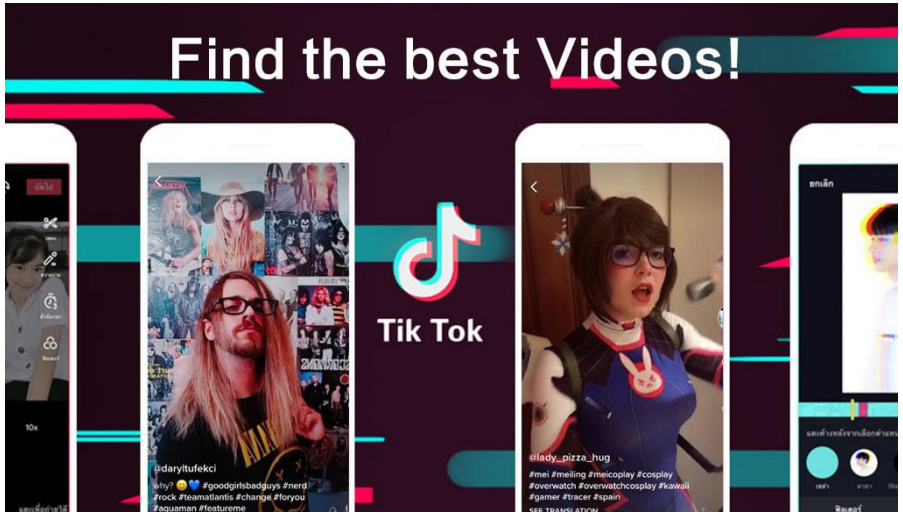
Tipo de presencia

- Pagina - Crear

Tipo de contenido

- Tableros (temáticos e intereses)

Principales Redes Sociales - Tik Tok



Tipo de presencia

- Aplicación - Crear

Tipo de contenido

- Crear, editar y subir videoselfies de 15 segundos.
- Efectos.
- Fondos musicales.

Redes Sociales – Consejos que NO debes atender

1. Publica todo lo que puedas para mantenerte en la mente de la gente.
Solución: Organízate, no postees todo el tiempo, evalúa las horas de conexión de tu audiencia y está presente en esos momentos, no satures.

2. Copia la estrategia de alguien que admires y cálcala para ti.
Solución: En vez de copiar, detecta lo que hacen mal y hazlo tu bien. ¿Qué le falta? ¿De qué se queja su audiencia? Es tu oportunidad para hacerlo, no para copiarlo.

3. Usa todos los hashtag que puedas, hasta 30 si es posible.
Solución: Intégralos en tu contenido, con sentido y lógica. Si se supone que tienen que ver con lo que escribes, puedes hacerlo.

4.- Ve a las cuentas que te interesan y busca tus followers ahí.
Solución: Haz una campaña de Ads, segmenta y ataca esos mismos perfiles pero sin ir a robarlos a ninguna parte.

Redes Sociales – Errores de tu Estrategia SM

1. **¡NO tienes estrategia, solo un calendario de posteos!** Tus objetivos no pueden ser likes, es muy básico y falso.
2. **¡Estrategias estáticas!.** Siempre deben cambiar según los resultados.
3. **¡No atiendes a tu consumidor!.** Lo tienes en IG pero lo mandas a tu web/email? Resuélvelo allí!
4. **¡Actúas como si fueras una gran marca**! Lo que le sirve a Coca Cola no te sirve a ti.
5. **¡Vendes y nadie te compra!** La venta por si sola y repetida no funciona, si algo es bueno con ofrecerlo bien y rotundamente debe ser suficiente.

Redes Sociales - Audiencia

- Para empezar a elegir en cuales redes sociales tu empresa debe estar presente, es esencial identificar dónde está tu audiencia ideal y cómo esta puede compartir contenido relevante con ella.
- Conversar con algunos clientes actuales y potenciales puede ser una buena manera de descubrir cuales están utilizando en el día a día.

Generaciones Online – Baby Boomers

Baby Boomers (1946-1964)

♀ + ♂ = 14,24 %

6,61 % 7,63 %

Ordenador y tablet

Noticias, economía
Y pollítica

Artículos, ebooks
email

Fuente: DANE 2015
https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/.pob.html

Generaciones Online – Generación X

Generación X (1965-1976)

♀ + ♂ = 17,52 %

8,37 % 9,14 %

Portátil y smartphone

Vida saludable, paternidad, finanzas

Artículos, ebooks imágenes

Fuente: DANE 2015
https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/.pob.html

Generaciones Online – Millenials

Millenials (1977-1999)

♀ + ♂ = 22,21 %

10,99 % 11,21 %

Smartphone y portátil

Entretenimiento, tecnología, deportes estilo de vida

Blogs, imágenes, comentarios

Fuente: DANE 2015
https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/.pob.html

Generaciones Online – Centennials

Centennials (2000-Ahora)

♀ + ♂ = 26,80 %

13,70 % 13,11 %

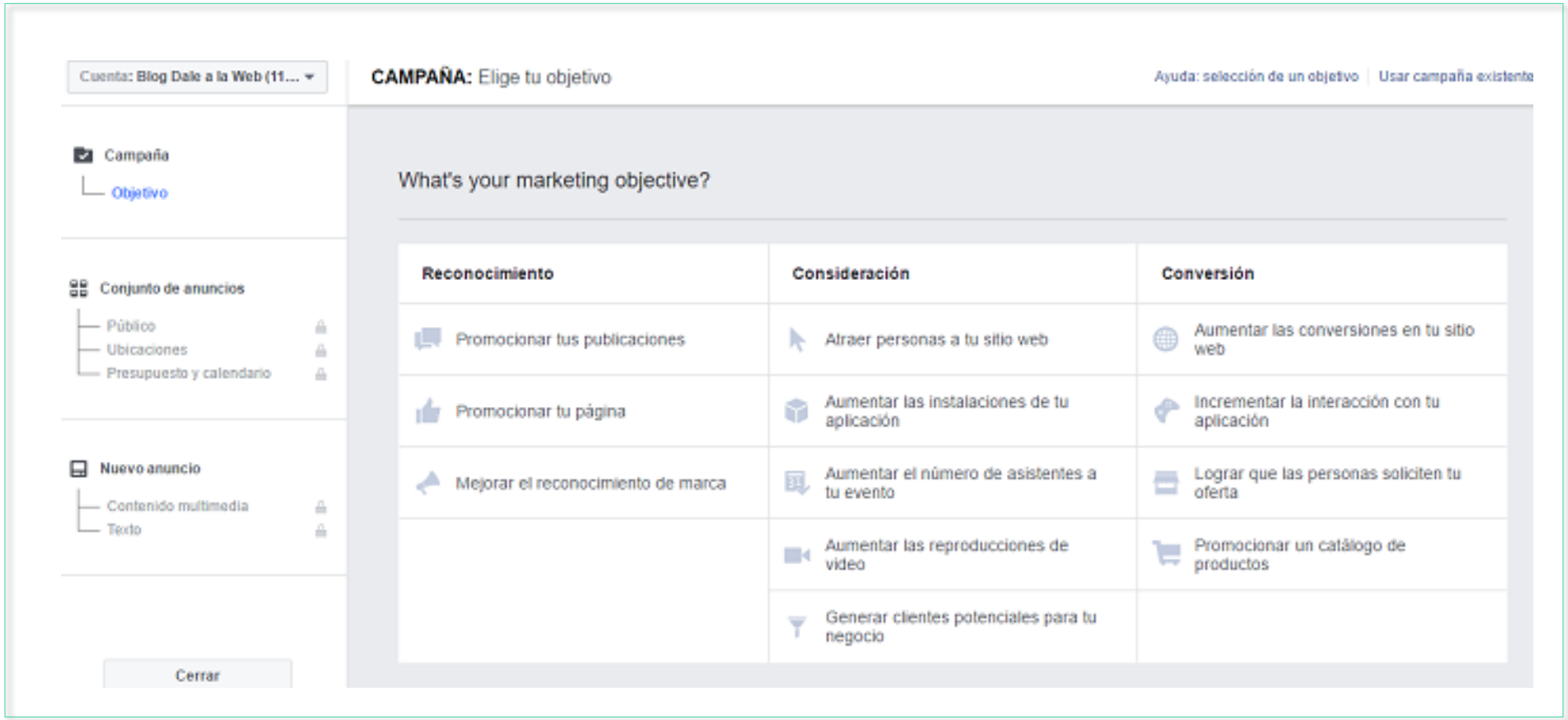
Smartphone, Tablet portátil

Material de estudio, libros, entretenimiento

Videos, Imágenes, Gifs

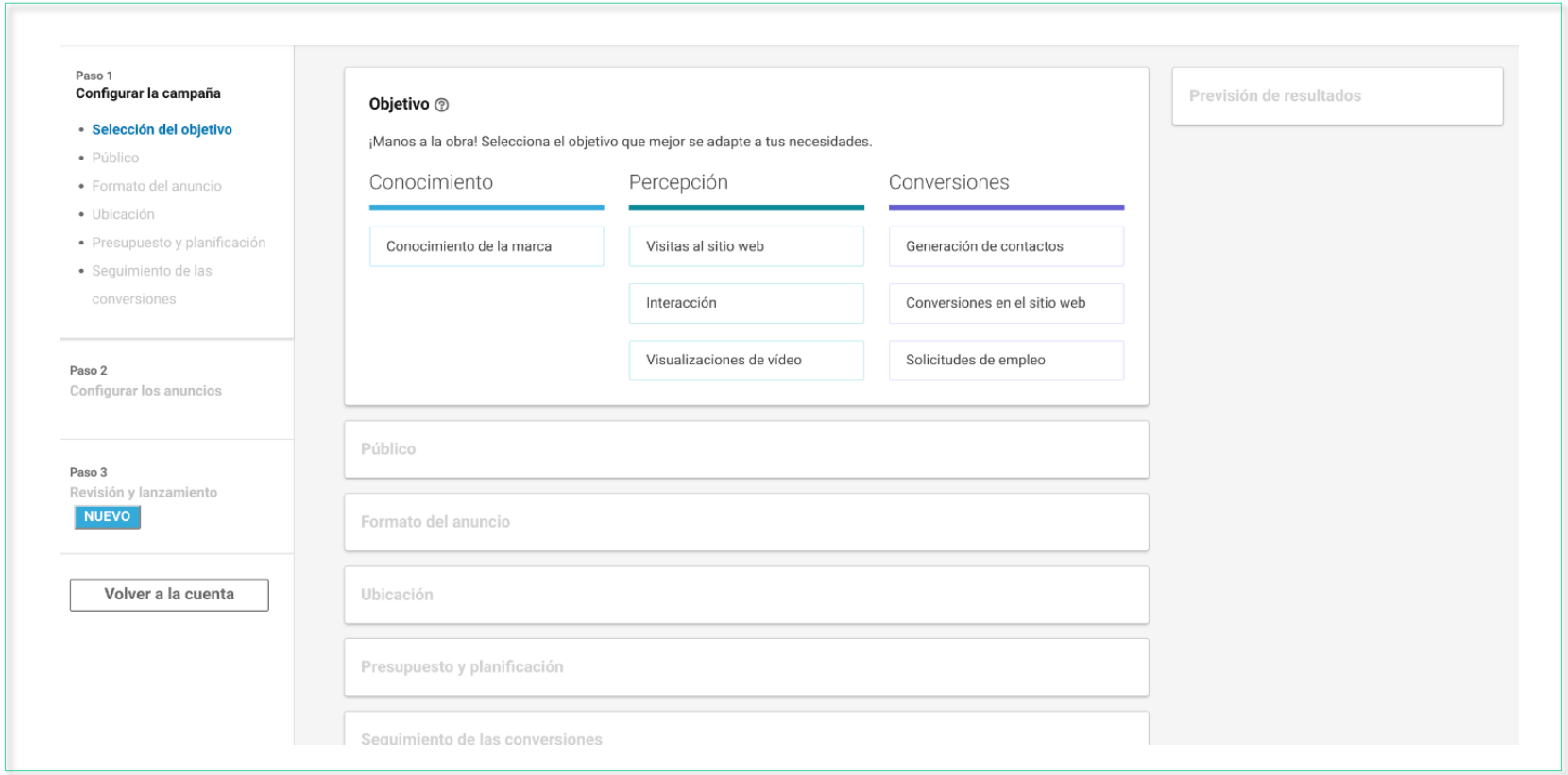
Fuente: DANE 2015
https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/.pob.html

Pauta Redes Sociales – Facebook Ads



https://www.facebook.com/ads/

Pauta Redes Sociales – Linkedin Ads

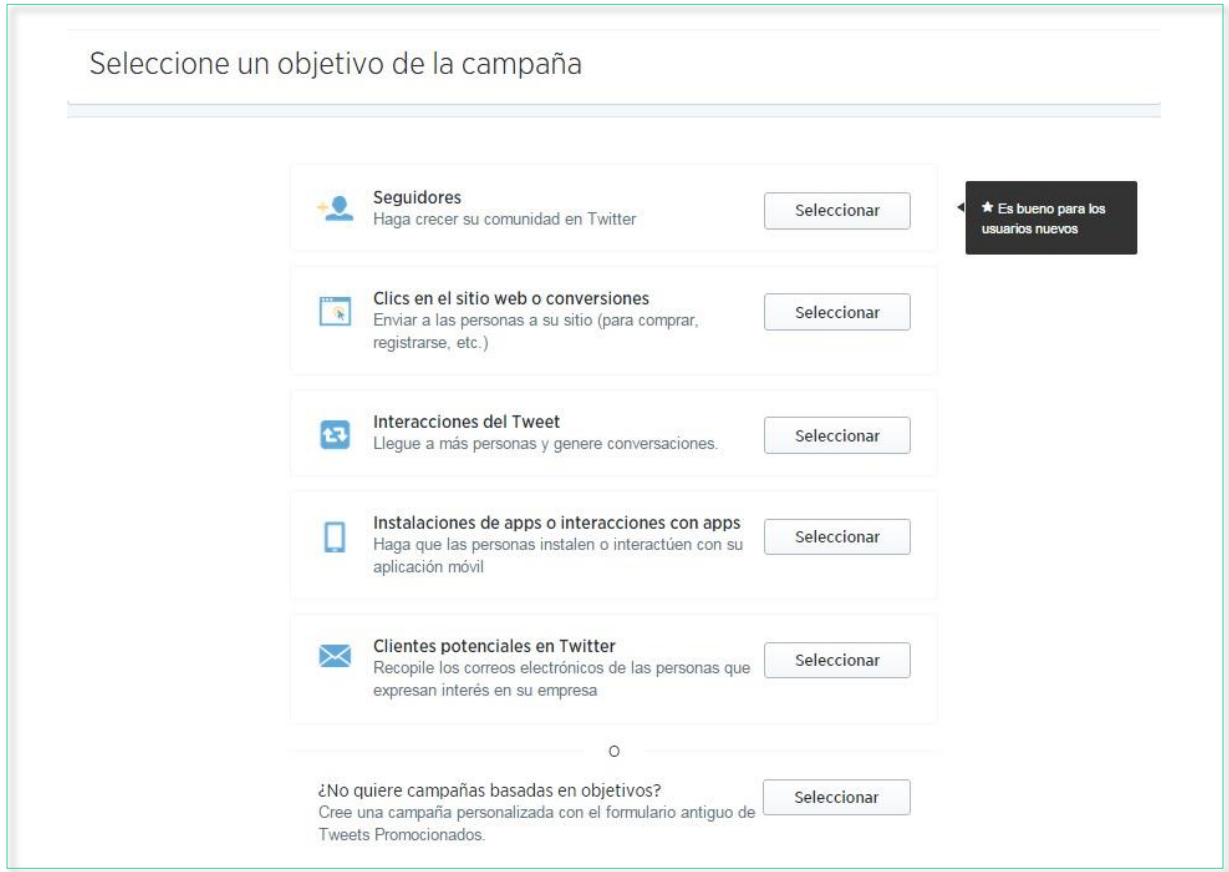


https://www.linkedin.com/ad/start

$50 Free Ad Credits

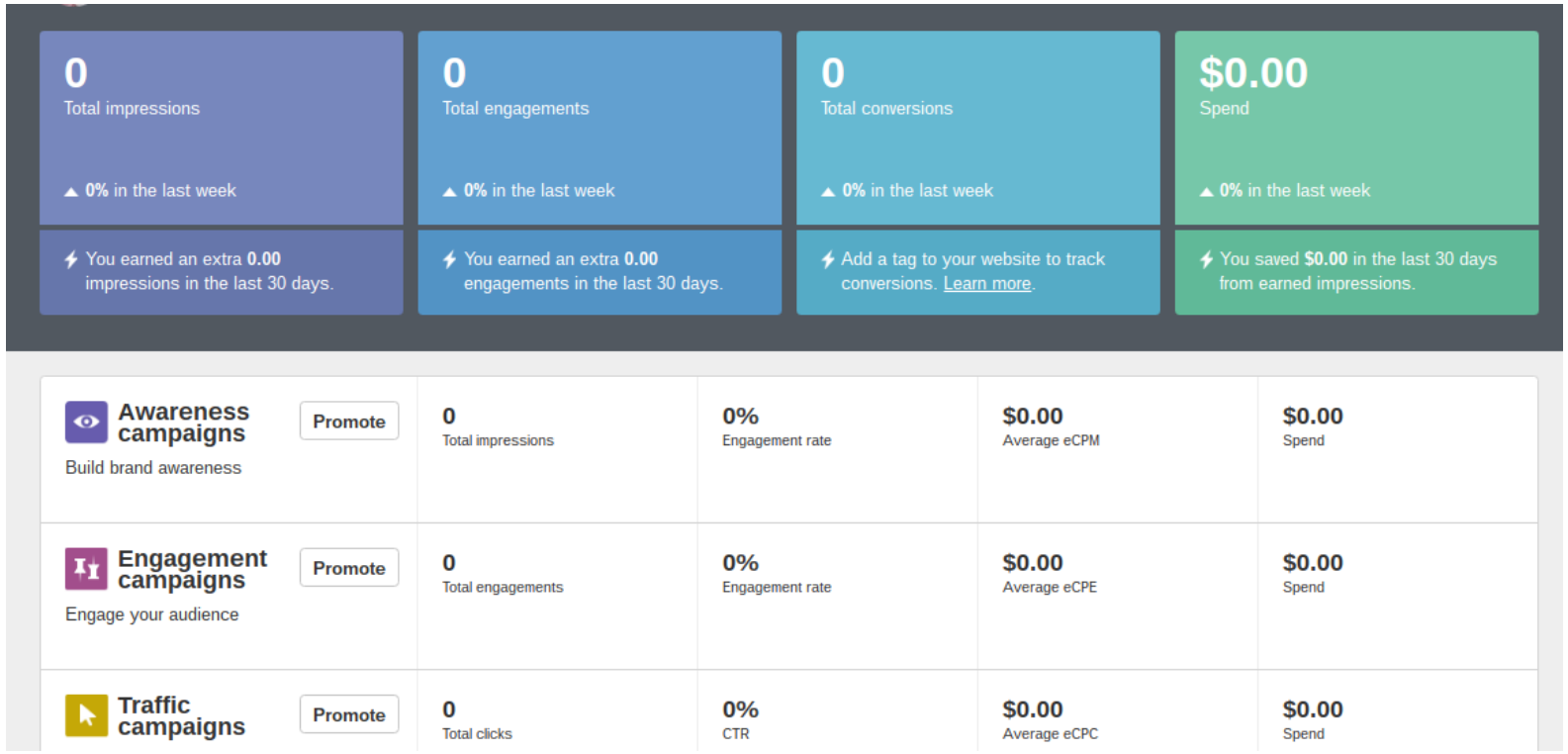
Cámara de Comercio de Bogotá

Pauta Redes Sociales – Twitter Ads



https://ads.twitter.com/

Pauta Redes Sociales – Pinterest Ads



https://ads.pinterest.com

#SOYEMPRESARIO

Tácticas Digitales

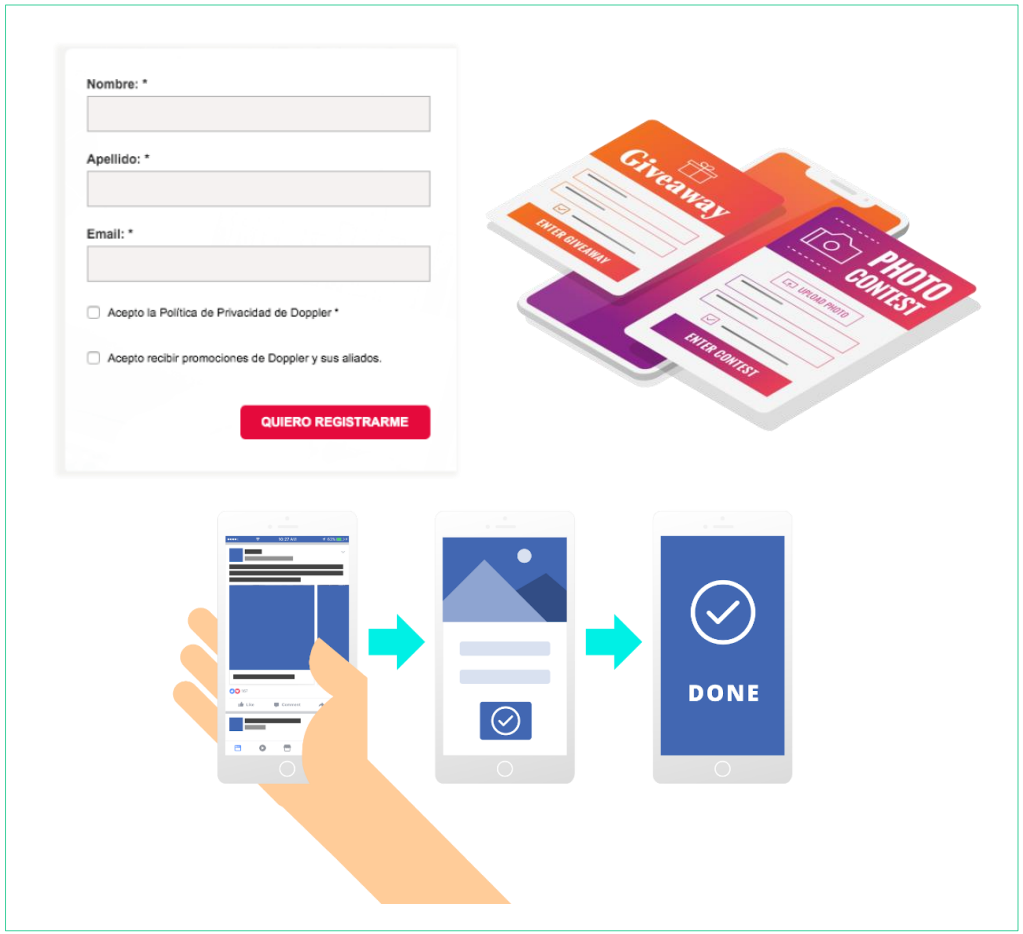
Email Marketing

Cámara de Comercio de Bogotá

Email Marketing – Ventajas

- Económico
- Accesible
- Eficaz
- Personalizable
- Medible
- Automatizable

Email Marketing – Adquirir Leads



- Formularios propios
- Concursos
- Lead Ads
- Encuestas
- Pop Ups

Email Marketing – Pedir Permiso

Habeas Data

"Es el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas".

Email Marketing – Elegir Plataforma

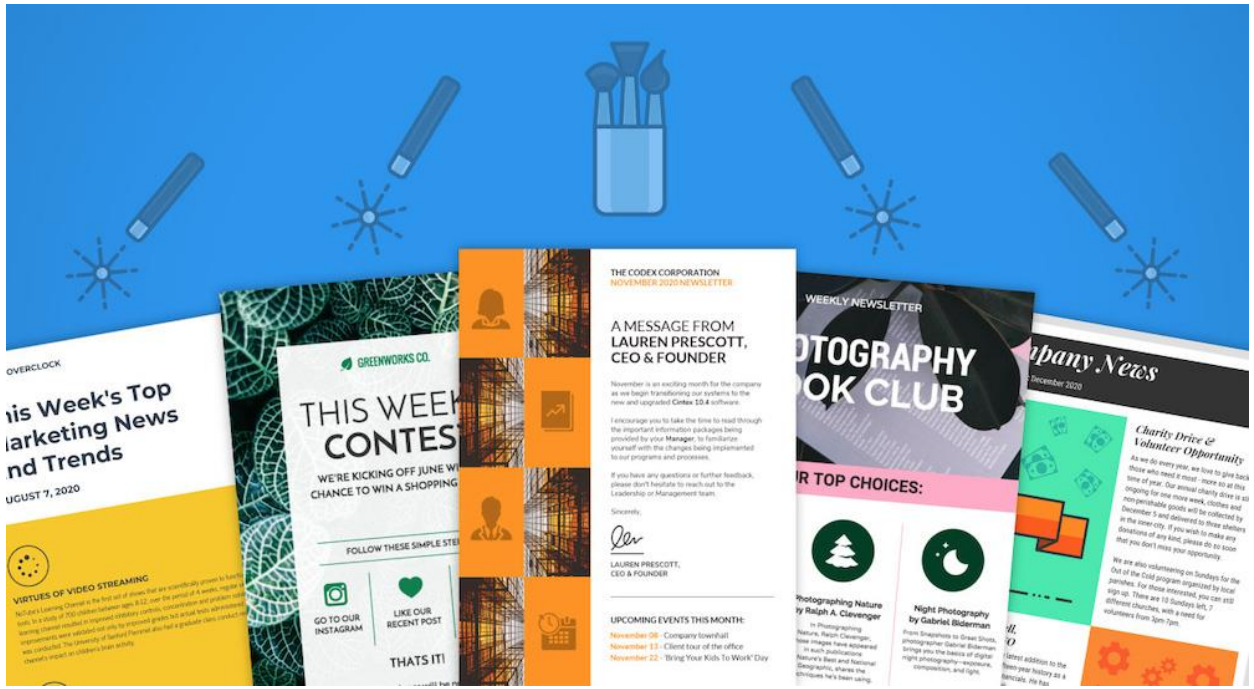
Beneficios de las plataformas

- Cumplimiento de leyes anti-spam
- Manejo de listas
- Reportes avanzados
- Pruebas A/B
- Variedad de plantillas

Plataforma recomendada

- Mailchimp

Email Marketing – Entregar Valor



Tipos de correos

- Boletín periódico / Newsletter
- Nuevo producto
- Promoción
- Anuncio importante

Recomendaciones

- Cumplir lo prometido
- Exceder las expectativas
- Ser consistente
- Opción para darse de baja (Opt-out)

Email Marketing – Optimizar Contenido

Estructura general

- Remitente
- Dirección de respuesta
- Encabezado
- Mensaje directo y conciso
- Beneficio visible
- Sensación de urgencia
- Menos de 50 caracteres

Contenido

- Modelo **A**tención **I**nterés **D**eseo **A**cción
- El primer párrafo es clave
- Llamado a la acción claro
- Página de aterrizaje relevante
- Simple es mejor
- Mucha experimentación

Cámara de Comercio de Bogotá

Email Marketing – Medir

Métricas del correo (Plataforma)

- Tasa de apertura
- Tasa de clics

Métricas del sitio web (Google Analytics)

- Conversiones
- Transacciones (Seguimiento de Comercio Electrónico)

#SOYEMPRESARIO

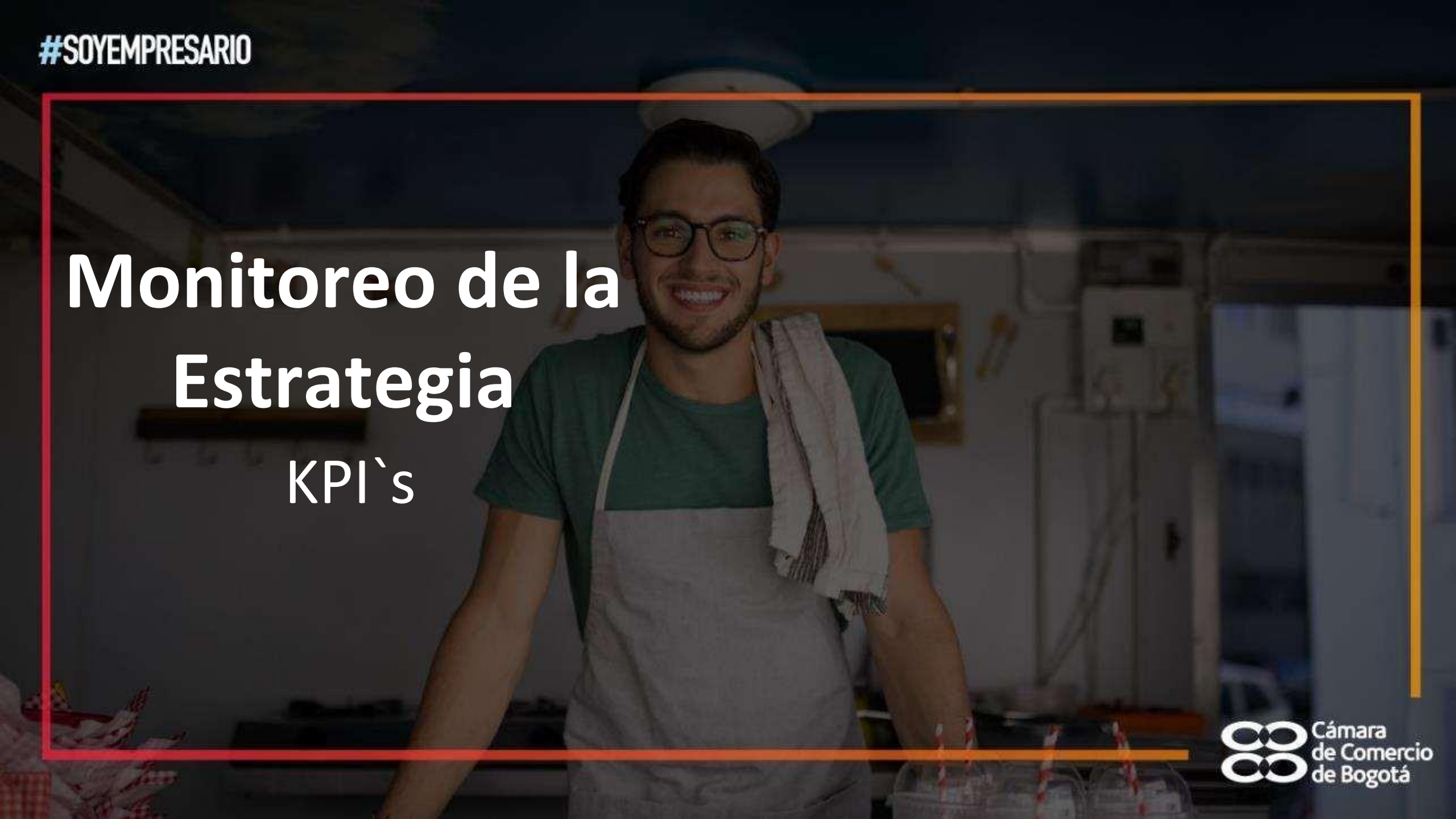
2. Monitoreo de la Estrategia

Cámara de Comercio de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Monitoreo de la Estrategia

KPI`s



Cámara de Comercio de Bogotá

KPI`s – Indicadores de Gestión (Mercadeo)

- **TRÁFICO AL SITIO WEB (#):** Número de visitantes al sitio web, entre más visitantes, mayores chances de vender.
- **NUEVOS VISITANTES VS. VISITANTES RECURRENTES (%):** Comparar los porcentajes de visitantes nuevos con los de visitantes recurrentes es algo que se utiliza mucho si se están implementando estrategias de remarketing.
- **TIEMPO DE SESIÓN PROMEDIO (Minutos):** Nos muestra cuánto tiempo un visitante del sitio se queda en la tienda virtual, esto nos muestra qué tan involucradas están las personas en el proceso de compra.
- **TASA DE REBOTE (%):** Nos muestra la proporción de usuarios que se van del sitio web al solo visitar una página. Si es alta en un e-commerce, es una muy mala señal.
- **FUENTE DEL TRÁFICO (%):** Al analizar las fuentes de tráfico, se pueden ver visitas discriminadas por medios orgánicos, pagos o referidos. Importante para evaluar la efectividad de las campañas en línea.
- **TRÁFICO MÓVIL (%):** Nos muestra que % del tráfico se hace desde un celular, importante para tener en cuenta a la hora de diseñar landing pages y secciones del sitio web.

KPI`s – Indicadores de Gestión (Ventas)

- **VENTAS (#/$):** En una tienda virtual se pueden monitorear por hora, día, semanal, mensual, anual.
- **TICKET PROMEDIO (#/$):** Nos índica cuanto un cliente en promedio gasta en una sola orden.
- **MARGEN PROMEDIO (%):** El margen promedio nos indica la rentabilidad en promedio del portafolio.
- **TASA DE CONVERSIÓN (%):** Es la tasa en la que los usuarios de un e-commerce están comprando. Se calcula dividiendo el # total de visitas por el # total de compras.

#SOYEMPRESARIO

Monitoreo de la Estrategia

Herramientas

Cámara de Comercio de Bogotá

Herramientas Útiles

SEO

Addthis: Barra flotante para compartir en Redes Sociales.
Google Page Speed: Medidor de desempeño de una página web.
Pingdom Tools: Medidor de velocidad y peso de una página web.
Moz: Herramienta para varios procesos de SEO.
SEMRush: Herramienta para varios procesos de SEO.
AHrefs: Herramienta para varios procesos de SEO.

PAUTA

Google Ads: Plataforma para pautar en Google.
Facebook Ads: Plataforma para pautar en Facebook/Instagram.
LinkedIn Ads: Plataforma para pautar en LinkedIn.

CONTENIDO

Feedly: Herramienta para centralizar/curar contenido.
Canva: Herramienta de diseño.
Animoto: Herramienta de video.
Snip.ly: Herramienta para agregar CTA a contenido de otros.
Pixel.me: Herramienta para agregar píxeles a contenido de otros.

Herramientas Útiles

MEDICIÓN

Google Analytics: Herramienta de analítica web de Google
Hotjar: Herramienta de mapas de calor y grabaciones de usuario

BANCOS DE IMÁGENES:

https://www.juancmejia.com/marketing-digital/los-mejores-63-bancos-de-imagenes-fotos-y-vectores-gratis-para-tu-blog-o-sitio-web-de-alta-resolucion-hd/

3. Plan de Mkt Digital

Plan de Marketing Digital

1. Definir Objetivos (Generales y Específicos).
2. Definir público objetivo (Buyer Persona).
3. Ventas (Conversiones) por fuentes de tráfico.
4. Estrategia 360.
5. Seo.

TAREA

Definir el plan de Marketing Digital.

Asesoría

#SOYEMPRESARIO

Jornada de Asesorías en Gestión Empresarial

Reciba la asesoría de consultores empresariales expertos en Estrategia empresarial, Mercadeo y ventas, Internacionalización, Talento humano, Producción, Legal, Finanzas y financiamiento e Innovación.
Lleve su iniciativa empresarial al siguiente nivel!

Sede Chapinero CCB Calle 67 8-32
19 de marzo de 2020
8:00 a.m. a 4:00 p.m. - Jornada Continua
Atención en orden de llegada

Cámara de Comercio de Bogotá