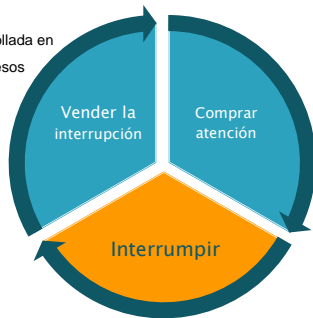


Comercialización Marketing digital

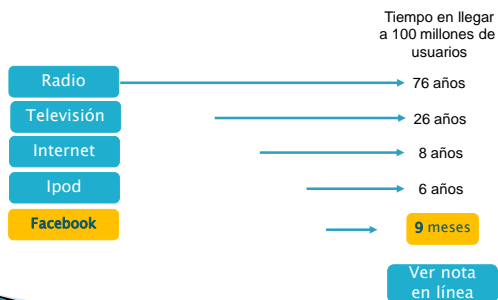


Marketing Digital: La publicidad tradicional

La publicidad tradicional desarrollada en Radio, televisión y medios impresos se compone tal como muestra el ciclo de la gráfica. Se genera audiencia para luego irrumpir con anuncios. Supone un público pasivo con escasa o nula participación



Marketing digital

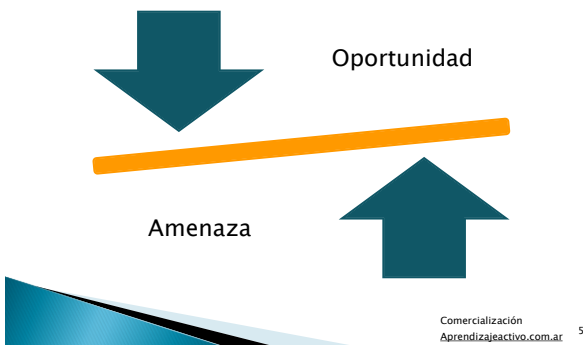


Marketing digital: Evolución de los medios

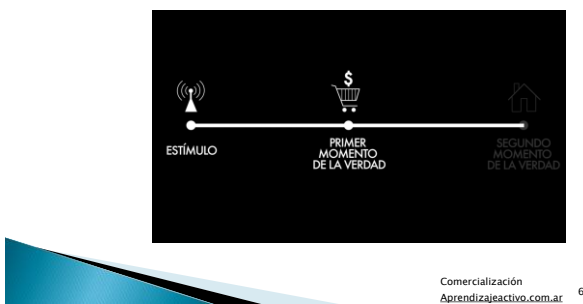
Las nuevas tecnologías de la Información, han transformado el mundo, al marketing y la publicidad. Esta transformación da lugar a lo que Seth Godin llamo el Marketing del permiso



Marketing digital: El poder de los usuarios



Marketing Digital



Momento cero de la verdad (Zmot)

En el año 2012 Google introduce el concepto de momento cero de la verdad, cómo un punto intermedio entre la publicidad y el primer contacto del cliente con el producto, servicio o la empresa.

[Ver video](#)



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 7

Momento cero de la verdad (Zmot)



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 8

Marketing Digital



Micro Momentos



Los micro momentos

Entender

- ▶ ¿cómo buscan los usuarios?
- ▶ ¿cómo refinan la búsqueda?

1. Quiero hacer
2. Quiero ir
3. Quiero comprar
4. Quiero saber

Ver material
en línea



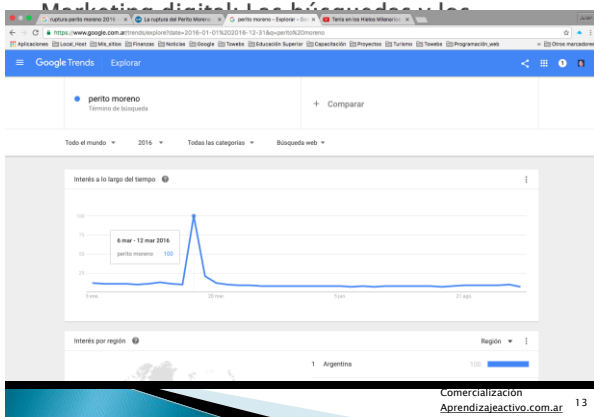
Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 11

Marketing digital: Los recursos, Análisis de Tendencias

Google ofrece un servicio gratuito que permite analizar las tendencias de búsqueda en la web:



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 12



Marketing digital: Los recursos

Las nuevas herramientas digitales o tecnologías de la información representan múltiples de oportunidades y amenazas.

Las herramientas importantes :

Página Web	Redes Sociales
E-mail marketing	Marketing Móvil



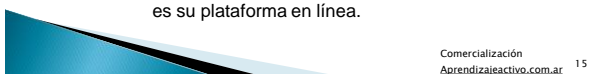
Marketing digital: Los recursos disponibles

Estas nuevas tecnologías tiene la potencialidad de unir todas las variables de marketing en una herramienta.

Es posible hacer multiples usos:

Investigación	Producto/Servicio	Publicidad /Promoción
Fidelización	Punto de venta	Servicio al cliente

Amazon reúne todos los elementos de marketing es su plataforma en línea.



Marketing digital: Página web

La world wide web constituye un mercado a nivel mundial, es una oportunidad para todo tipo de emprendimiento para promocionar y vender productos y servicios.

El sitio web es una plataforma para, comunicar la oferta de la empresa al mercado.

Para lograr los objetivos del sitio se debe conseguir visitantes o tráfico. La mayor parte del tráfico web se consigue mediante los buscadores, como Google, Yahoo o Bing.

Para obtener una posición destacada en los buscadores y atraer visitantes al sitio se utilizan dos estrategias, posicionamiento SEO o natural y posicionamiento SEM o pago.

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 16

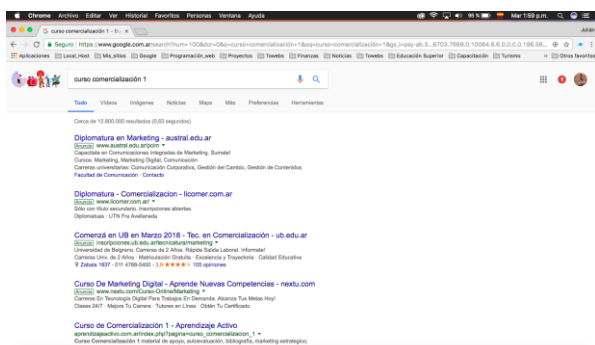
Marketing digital: Página web

Los buscadores utilizan

Tecnologías de predicción para mostrar a los navegantes la información que están buscando. Organizan los resultados en dos áreas. En el centro de la página los resultados que se ajustan naturalmente y en la parte superior y margen derecho los resultados de pago.



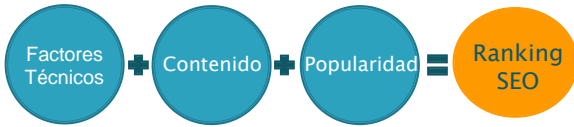
Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 17



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 18

Marketing digital: Página web posicionamiento SEO

Los buscadores toman a consideración una multiplicidad de factores con el objeto de organizar el orden de aparición para una búsqueda dada, este orden es denominado page Rank.



Ver guía

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 19

Marketing digital: posicionamiento en buscadores

Factores técnicos	Contenidos	Popularidad
<ul style="list-style-type: none"> • Código w3c • Descriptores • Navegación • Densidad palabras clave • Contenido duplicado 	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo • Actualidad • Usabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta en directorios • Enlaces en portales sectoriales • Foros • Intercambio de enlaces con proveedores y socios

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 20

Marketing digital: Página web posicionamiento SEO

Herramientas en línea para el posicionamiento SEO

- Guía de Optimización 1 / 1
- Guía de Optimización 1 / 32



Ver libro en línea

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 21

Marketing digital: Página web posicionamiento SEO



Marketing digital: posicionamiento SEM

El posicionamiento SEM es una estrategia de anuncios pagos, el anunciante compite en una subasta por determinada palabra, en base al límite que esta dispuesto a pagar y a la relevancia de su sitio, el buscador arma un ranking y muestra los anuncios.

El anunciante paga, si se ha mostrado su anuncio y ha recibido un click. La plataforma de Google es



Comercialización Aprendizajeactivo.com.ar 23

Marketing digital: posicionamiento SEM

Otras plataformas de publicidad paga:



Comercialización Aprendizajeactivo.com.ar 24

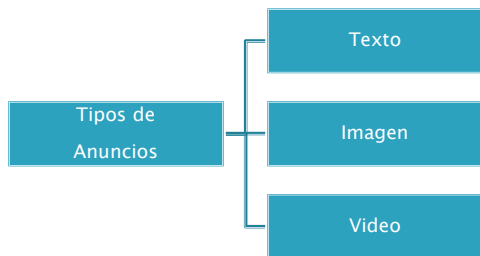
Marketing digital: posicionamiento SEM

Por medio de una campaña de anuncios pagos es posible aparecer en otros sitios que forman parte de la red del buscador.

Esto es útil para aumentar el reconocimiento o notoriedad de la marca.

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 25

Posicionamiento SEM: Google Adwords



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 26

Posicionamiento SEM: Google Adwords

Los anuncios de Adwords pueden aparecer en:

- ▶ La red de búsqueda
 - AOL
 - Terra
- ▶ La red de display
 - Sitios asociados con Google. La plataforma AdSense fa

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 27

Posicionamiento SEM: Google Adwords

Los objetivos de una campaña de anuncios pueden ser:

- ▶ Tráfico
- ▶ Conversiones
- ▶ Branding
- ▶ Roi



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 28

Marketing digital: posicionamiento SEM

Los costos de una campaña de anuncios pueden ser:

- ▶ Costo por click
- ▶ Costo mensual
- ▶ Costo por mil impresiones
- ▶ Costo por cliente potencial
- ▶ Costo por adquisición



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 29

Página web: posicionamiento SEM



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 30

Marketing digital: posicionamiento en buscadores

Los posicionamientos SEO y SEM potencian su efectividad mutuamente. Si bien el page Rank SEO no se relaciona con el SEM un buen posicionamiento SEM aumenta la credibilidad del posicionamiento SEO.

Por otra parte un buen posicionamiento SEO mejora las posibilidades en las pujas CPC.



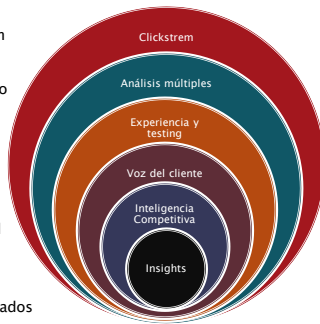
Es recomendable trabajar ambas estrategias de manera coordinada

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 31

Marketing digital: Analítica web

Las tecnologías de la información permiten obtener una enorme cantidad de datos de rendimiento visitantes, tiempo promedio de visita, páginas vistas, porcentaje de rebote y otros.

El desafío constituye o descubrir la lógica del comportamiento del consumidor en la web, para de esta manera poder alcanzar los mejores resultados

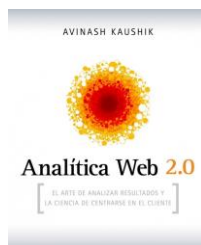


Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 32

Marketing digital: Analítica web

Avinash Kaushik, es uno de los referentes en el mundo de la analítica web, ha escrito numerables artículos y libros. [Ver blog](#)

Google ofrece una herramienta de acceso gratuito, [Google Analytics](#)



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 33

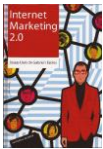
Marketing Digital

Para hacer la autoevaluación,
escanea el código qr.



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 34

Bibliografía



Joseph Lluís Gabriel e Iroles Internet marketing 2.0.



Fox, Vanessa (2012). Marketing de la era de google. Tu estrategia en internet es tu estrategia comercial (1) Anaya.

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar 35