
Auditoria de Marketing Digital

La auditoría de marketing digital consiste en realizar un análisis exhaustivo de la situación actual en la materia para determinar el grado de pertinencia de las prácticas actuales y aportar alternativas de mejora.

Los principales destinatarios de este informe son los gerentes de marketing, directores, accionistas.

Dado los objetivos y el público lector del informe, la redacción debe ser propositiva, objetiva, clara y concisa. La información citada debe ser contrastable en fuentes debidamente legitimadas.

Para el desarrollo de este trabajo práctico se debe elegir un emprendimiento que disponga de una página web.

La estructura sugerida es una guía, dependerá del emprendimiento elegido la estructura final.

Primera Parte:

1. Introducción

- 1.1. Determinar el emprendimiento de hotelería o atractivo turístico.
- 1.2. Realizar una breve descripción del negocio, propuesta de valor y posicionamiento de mercado.
- 1.3. Determinar el segmento objetivo y principales características.
- 1.4. Enumerar a modo de primera aproximación las herramientas digitales utilizadas.
- 1.5. Determinar la funcionalidad, oportunidades de interacción y el alcance del sitio y/o aplicaciones

2. Relevamiento de datos

2.1. Estrategias de posicionamiento Seo

2.1.1. Factores técnicos

- 2.1.1.1. Uso de etiquetas
- 2.1.1.2. Estructura de navegación
- 2.1.1.3. Estándares de programación W3c

2.1.2. Contenido

- 2.1.2.1. Antigüedad
- 2.1.2.2. Vigencia
- 2.1.2.3. Formato
- 2.1.2.4. Buyer Journey (Atracción, consideración, decisión)

2.1.3. Popularidad

- 2.1.3.1. Autoridad del sitio

2.2. Uso de redes sociales

- 2.2.1. Facebook
- 2.2.2. Instagram

-
- 2.2.3. Twitter
 - 2.2.4. Youtube
 - 2.2.5. Google +
 - 2.2.6. Otras
 - 2.3. Estrategias de posicionamiento Sem: uso de las plataformas de publicidad paga
 - 2.3.1. Adwords
 - 2.3.2. Facebook ads
 - 2.3.3. Twitter ads
 - 2.3.4. Instagram
 - 2.3.5. otras

Bibliografía obligatoria

Fox, Vanesa Marketing en la era de Google. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia 2010

Gabriel i Eroles, Josep-Lluís Internet Marketing 2.0 Barcelona: Reverté, 2010

Seth, Godin El marketing del permiso. Barcelona: Granica 2001

Escanea el código Qr y obtene ayuda en línea:

