

# MARKETING DIGITAL



# MARKETING

Es el proceso de comunicar el valor de un producto o servicio a los clientes , a los efectos de la venta de ese producto o servicio



# **OBJETIVOS DE UNA EMPRESA**

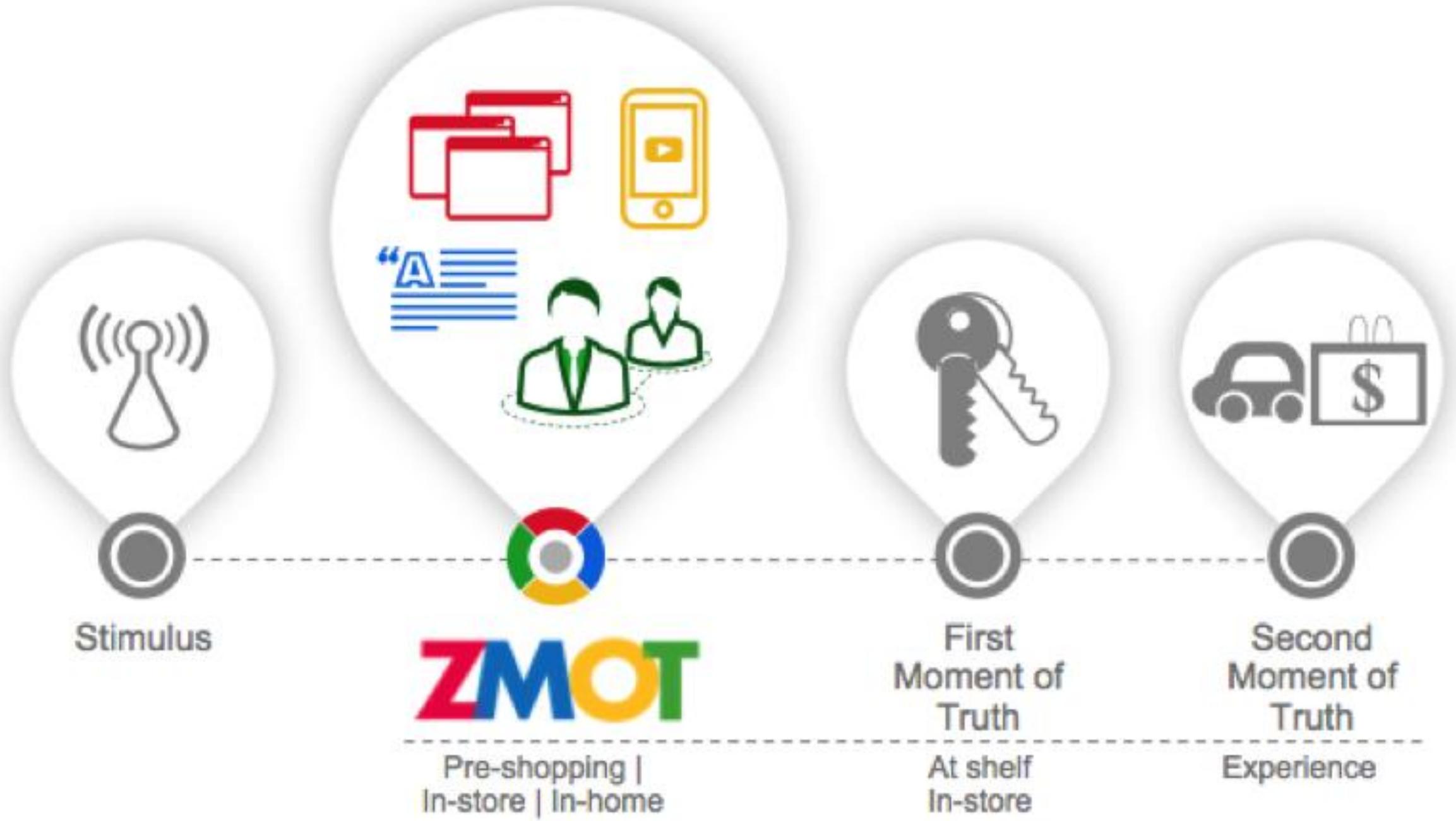
**POSICIONAMIENTO**

**BUENA IMAGEN**

**VENDER**

**RENTABILIDAD**

**¿DÓNDE ESTÁ EL CLIENTE?**



Stimulus

**ZMOT**

Pre-shopping |  
In-store | In-home

First  
Moment of  
Truth

At shelf  
In-store

Second  
Moment of  
Truth

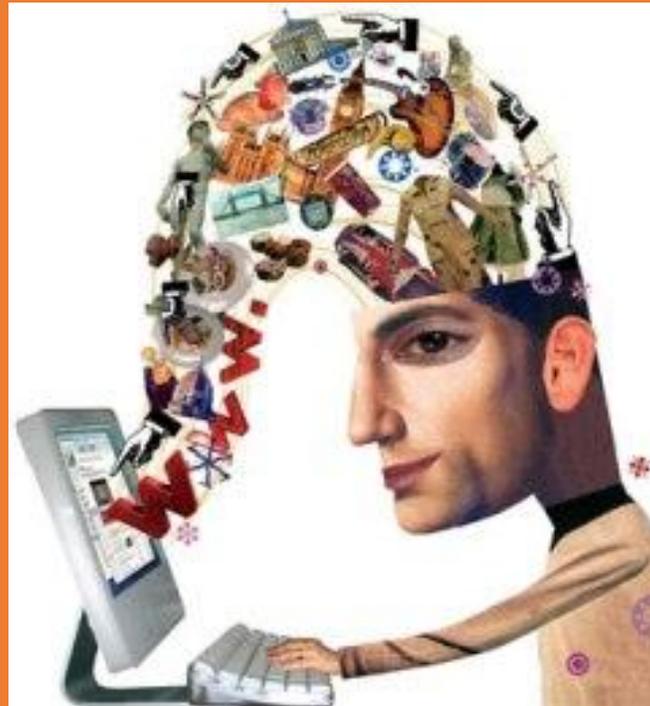
Experience

# MOMENTO ZERO DE LA VERDAD



# PROSUMIDOR

## PRODUTOR + CONSUMIDOR



# TRADICIONAL VS DIGITAL



# **TRADICIONAL VS DIGITAL**

LO DIGITAL PUEDE SER TRADICIONAL.

SE TRATA DE **INTEGRAR Y**  
**CREATIVIDAD** PARA LLEGAR AL  
CLIENTE

TODOS los posibles puntos de contacto con nuestros clientes, prosumidores.

Voz a voz, ¿a quién le estamos creyendo más?

Capturar la atención.

Relaciones a largo plazo.

Cultura de nichos, segmentos, clientes únicos.

# MARKETING DIGITAL

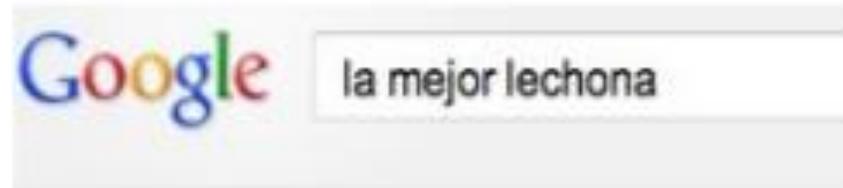


# MARKETING DIGITAL

Portal Web



Posicionamiento en  
Buscadores



# PORTAL WEB

- 1.POSICIONAMIENTO CLARO.
- 2.CREDIBILIDAD Y CONFIANZA
- 3.ARQUITECTURA DE LA PERSUASIÓN
- 4.CONTENIDOS QUE CONVIERTEN.
- 5.COPYS SEDUCTORES
- 6.LLAMADAS A LA ACCIÓN
- 7.SENSACIÓN DE URGENCIA.

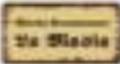
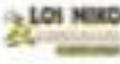


# MARKETING DIGITAL

## Directorios Locales

**ibaguecity.com**

Restaurantes en Ibagué (Tolima - Colombia)

 <b>CHIPOTLE</b> Chipotle 880 Bulevar 1° de Mayo Local 144 Pasadizo de Corinto Tel: (31) 2748502 Más	 <b>Corona Liberté</b> Calle 19 No. 9-68 Vía Callesbello Tel: (31) 2676381 Más
 <b>El Fajon Antioqueño</b> Carrera 2ª No. 50-23 8° Callesbello Tel: (31) 2662988 Más	 <b>El Polon</b> Calle 19 No. 9-23 Vía Callesbello Tel: (31) 2662981 Más
 <b>La Mesa</b> Carrera 2ª No. 42-20 8° Callesbello Tel: (31) 2642188 Más	 <b>La Parrilla de Mariscal</b> Calle 60 No. 5-43 Callejón Anicaco Tel: (31) 2744348 Más
 <b>LOS NIÑOS</b> Avenida 27 No. 40-20 8° Callesbello Tel: (31) 2664884 Más	 <b>Doble Club</b> Vía Bogotá 200-100 Avenida Juana María Tel: (31) 2664475 Más
 <b>San Sebastián</b> Calle 19 No. 14-10 Corinto Tel: (31) 2673880 Más	 <b>Santa Coloma</b> Bulevar 1° de Mayo Local 144 Pasadizo de Corinto Tel: (31) 2748510 Más

Ver más restaurantes

Consulta nuestro directorio de Ibagué estés donde estés!  
Escanee el código QR con tu celular

Para escanear, descarge la aplicación



© 2014 SmartLife. A 952 personas les gusta esta foto. Sé el primero de...

**ibaguecity.com**

Directorio de Ibagué (Tolima - Colombia)

- Bebidas
- Comida
- Productos de panadería
- Productos de heladería
- Panaderías
- Pizzerías
- Cocinas artesanales
- Restauración

# MARKETING DIGITAL

## Mapas



Google hoteles ibagué

Get directions My places

### hoteles ibagué

Check in: Sep 1 Check out: Sep 2

- A Hotel Dann Combeima** - \$98 Book  
Carrera 2 # 12-37, Ibagué, Tolima 1, Colombia  
+57 8 2618888  
3.6 ★★★★★ 10 reviews  
"If you are looking for a eco-friendly Ibague hotel that is connected to a ..." - venere.com
- B Hotel Internacional Casa Morales** - \$94 Book  
Cra. 33 -47, Ibagué, Tolima, Colombia  
+57 8 2619404 · hotelcasamorales.com  
4.5 ★★★★★ 12 reviews  
"With a landscaped swimming pool and a small bridge, gym and sauna facilities ..." - booking.com
- C Hotel Lusitania** - \$61 Book  
Carrera 1, Ibagué, Tolima, Colombia  
+57 8 2619166 · hotellusitania.com  
3.9 ★★★★★ 10 reviews  
"¡Bienvenido a Hotel Lusitania! En este hotel de 3 estrellas en Ibagué hay 2 restaurantes que sirven desayunos, almuerzos y cenas, así que cada día ..." - venere.com

1000 ft  
500 m

Google hoteles ibagué

Get directions My places

### hoteles ibagué

Check in: Sep 1 Check out: Sep 2

- A Hotel Dann Combeima** - \$98 Book  
Carrera 2 # 12-37, Ibagué, Tolima, Colombia  
+57 8 2618888  
3.6 ★★★★★ 10 reviews  
"If you are looking for a eco-friendly hotel that is connected to a ..." - venere.com

Ads	
Venere.com	\$101
Easytobook.com	\$98

Easytobook.com

Hotel Dann Combeima Ibague

Check in: Sep 1 Check out: Sep 2

1 Room, 2 Persons

Room 1	1 Room, 2 Persons	\$97.78
Room 2	1 Room, 2 Persons	\$113.40

Call us for any reservation +57 8 2619166

# MARKETING DIGITAL

## Publicidad online

COMPRAR CASA

Web Maps Imágenes Shopping Noticias Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 11 500 000 resultados (0.30 segundos)

**Encuétrala en Solvia - solvia.es**  
Anuncio [www.solvia.es/](http://www.solvia.es/)  
La casa que quieres, como la quieres Tu Asesor Personal en Solvia.es  
186 seguidores en Google+  
Viviendas Alto Standing Para Disfrutar en Familia  
¿Qué estás buscando? Registrarte

**Vendo casa - Fotocasa.es**  
Anuncio [www.fotocasa.es/](http://www.fotocasa.es/)  
Publica tu anuncio Gratis y vende tu casa con Fotocasa  
fotocasa.es tiene 430 seguidores en Google+.

**Comprar Casa - pisos.com**  
Anuncio [www.pisos.com/](http://www.pisos.com/)  
Miles de Ofertas de Pisos y Casas En el Mejor Buscador de Inmuebles.  
pisos.com tiene 256 seguidores en Google+.

**comprarcasa.com - La red inmobiliaria - Compra, Venta y ...**  
[www.comprarcasa.com/](http://www.comprarcasa.com/)  
buscas o vendes casa? Comprarcasa la Red Inmobiliaria te ayuda a vender, comprar o alquilar tu piso o casa  
La red inmobiliaria - ¿Quiénes somos? - Activos Bancarios - Calidad

**casas y pisos en alcoy / alcoi, alicante — idealista.com**  
[www.idealista.com/venta-viviendas/alcoy-alcoi-alicante/](http://www.idealista.com/venta-viviendas/alcoy-alcoi-alicante/)  
comprar, viviendas; alcoy / alcoi, alicante ... Casa de dos plantas de 440 m2, con salón-comedor muy amplio, consta de tres zonas, incluida chimenea de ...

**Casas Alcoi / Alcoy - ventadepisos.com**  
[www.ventadepisos.com/Casas-Alicante/](http://www.ventadepisos.com/Casas-Alicante/)  
Descubre los últimos anuncios de casas en venta en Alcoi / Alcoy del mercado. ...

**Servihabitat Inmobiliaria**  
Anuncios (1)  
[www.servihabitat.com/](http://www.servihabitat.com/)  
Excelente Catálogo de Viviendas en el Portal Inmobiliario Servihabitat

**Hipoteca Barclays**  
[www.hipotecabarclays.es/](http://www.hipotecabarclays.es/)  
2,85% Año 1 y Euribor + 1,85% resto  
3,14% TAE Variable cumpliendo condi

**Manual compra vivienda**  
[www.arag.es/](http://www.arag.es/)  
Todo lo que debes saber para la compra de una vivienda. Guía ARAG

**Comprar Casa Alcoy**  
[www.tucasa.com/chalet/Alcoy/](http://www.tucasa.com/chalet/Alcoy/)  
todos los chalets de Alcoy  
ofertas con fotografías

**Venda de casas**  
[casas.trovit.es/](http://casas.trovit.es/)  
Todas Las Ofertas De Pisos en Venta. Con Precios y Fotos!

**Comprar Vivienda En España**  
[www.cic-iberbanco.com/Inmo-en-España/](http://www.cic-iberbanco.com/Inmo-en-España/)  
Banco 100% online para españoles  
Nuestros asesores hablan español!

# PUBLICIDAD ONLINE



Google  
AdWords

## Usted crea sus propios anuncios

Usted crea los anuncios y elige las palabras clave, es decir, aquellos términos o frases relacionados con su empresa. [Consejos e ideas para palabras clave](#)

## Sus anuncios aparecen en Google

Cuando los usuarios buscan en Google una de las palabras clave que ha establecido, el anuncio aparece junto a los resultados de búsqueda. De este modo, dirige sus anuncios a un público interesado en ellos.

## Consigue captar clientes

Los usuarios solo tienen que hacer clic en su anuncio para efectuar una compra u obtener más información sobre su empresa.



Las *palabras clave* son lo que los usuarios buscan en Google.



## Determine su presupuesto

No hay requisito de inversión mínima, usted decide la cantidad que paga por AdWords. Por ejemplo, puede establecer un presupuesto diario de cinco euros y un coste máximo de diez céntimos por cada clic que reciba el anuncio.

## No haga suposiciones

Ofrecemos un cálculo estimado del tráfico por palabra clave y de los costes para que pueda tomar decisiones documentadas a la hora de elegir las palabras clave y de maximizar la rentabilidad de su inversión. ([Costes estimados por palabra clave](#))

## Pague únicamente por los resultados

Solo pagará si alguien hace clic en su anuncio, no cada vez que este aparezca.

Las opciones de pago varían en función del país y la moneda. [Más información](#)

# PUBLICIDAD ONLINE



## Alcance de segmentación

Ahora puede publicar anuncios para personas que realizan búsquedas en Google. Aunque ya aparezca en los resultados de búsqueda de Google, AdWords le ayudará a captar nuevos públicos de Google y de nuestra red publicitaria.

## Mayor control

Puede modificar los anuncios y ajustar el presupuesto hasta obtener los resultados que quiera. También puede mostrar distintos formatos de anuncios o incluso orientar la publicidad a determinados idiomas y ubicaciones geográficas.

## Resultados medibles

No existen requisitos de inversión mínima ni tiempo de permanencia. Además, con la opción de coste por clic, solo se le aplicarán cargos cuando los usuarios hagan clic en los anuncios. Es decir, que cada euro del presupuesto se destina a obtener nuevos clientes potenciales.

## Segmentación local y regional

Configure sus anuncios para que se muestren solo a aquellas personas que realizan búsquedas en una región concreta. Ahora es muy fácil dirigirse a los clientes online que estén, por ejemplo, a menos de 40 kilómetros de su domicilio. [Más información](#)



# **PUBLICIDAD ONLINE**

**TODO PARTE DE UNA BUENA SELECCIÓN DE:  
PALABRAS CLAVE**



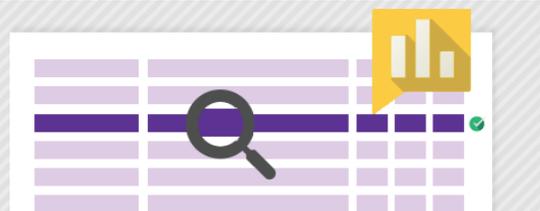
# PUBLICIDAD ONLINE

## PASOS PARA SELECCIONAR PALABRAS CLAVE:

1.- LISTA DE PALABRAS CON LAS QUE QUEREMOS SER ENCONTRADO. (ESPECÍFICA Y REPRESENTATIVA).

2.- SELECCIÓN DE LAS DE MAYOR CALIDAD, LAS QUE TIENEN MÁS TRÁFICO.

Planificador de palabras clave de Google AdWords



<https://adwords.google.es/o/KeywordTool>

¿Qué ha buscado el mundo en 2013?

Iniciar Zeitgeist

<http://www.google.com/trends/>

3.- SELECCIONAR LAS PALABRAS CLAVE SOBRE LAS QUE SUSTENTAR LA CAMPAÑA.

# ¿Qué ha buscado el mundo en 2013?

Iniciar Zeitgeist

<http://www.google.com/trends/topcharts?zg=full>

Ejemplo palabras clave:

- Tienda de recambios Parets..... 46 búsquedas al mes.
- Recambios Parets ..... 260 búsquedas al mes.
- Tiendas de recambios Parets ..... 110 búsquedas al mes.

# ¿QUÉ HACE EL CLIENTE EN LA RED?

Compartir  
Comentar  
Criticar  
Recomendar  
Calificar



# REDES SOCIALES

Un entorno cada vez más exigente requiere una forma de **conexión** más poderosa.

El poder ya no está en la información, sino en la capacidad de fascinar, en captar la atención y generar fidelidad.

*@SallyHogshead*



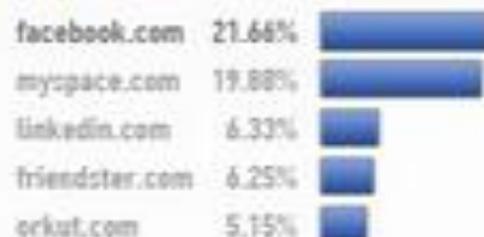


International Social Network Study 2008

### German



### English



### French



### Japanese



### Spanish



### Russian



### Chinese



### Italian



# REDES SOCIALES

Contacto directo y permanente con nuestro público objetivo.

Necesitamos que hablen de nuestra marca, ¿ya lo están haciendo? ¿Qué están diciendo?

Necesitamos ser parte de la conversación.

Conversaciones honestas, desinteresadas pero con sentido y objetivo.



# REDES SOCIALES

Base de datos y gestión de perfiles. Clientes diferenciados, mensajes/interacciones que le agreguen valor a su experiencia.

Presencia de marca unificada pero con la personalidad de cada red social. Cada red tiene objetivos, comunidades, intereses y comportamientos diferentes.



# REDES SOCIALES

No querer abarcar todo, identifiquemos en cuál(es) red(es) agregamos más valor y en cuál(es) nos conviene más estar, por presencia de nuestro público objetivo.

No tener perfil es diferente a no **monitorear** nuestra marca y palabras claves afines.



# REDES SOCIALES

Como en toda conversación,  
**ESCUCHAR** es tan o más importante  
que comunicar.

Pero cuando se trata de nuestro  
producto/servicio no es suficiente, hay  
que **GESTIONAR**.



# David Carroll

Un galardonado cantante y compositor, locutor profesional, autor y defensor de los consumidores.



MÚSICA



HABLANDO



ESCRITURA



GRIPEVINE

Durante dos décadas, Dave ha encantado a los aficionados con su acercamiento a la música.

Su habilidad única para extraer la esencia de un mensaje y las embarcaciones que en la canción es un raro don que



# REDES SOCIALES



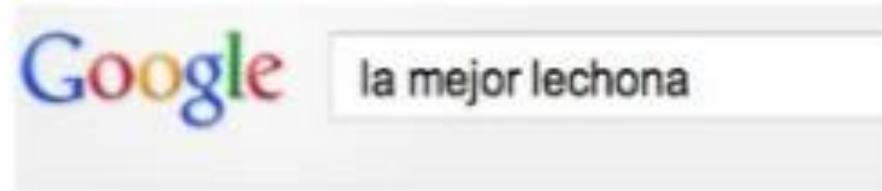
Costos:  
90Euros: 15/Mes  
Clasificados en  
periódicos.

Resultados:  
34.684 video de 201  
países.  
Cubrimiento de medios  
por un valor mayor a  
80 millones de  
DÓLARES.  
Reconocimiento  
mundial de la Island  
Queensland y la Gran  
Barrera de Coral, como  
un lugar de ensueño.



# MARKETING DIGITAL

Posicionamiento en  
Buscadores



Marketing de contenidos  
Calidad de publicaciones  
Palabras claves, enlazar  
Interacciones de marca

# MARKETING DIGITAL

... Comercio  
Electrónico ....



**monomi**  
Tiendas Online

Beneficios | Planes | Galería | FAQ

Ingresar [Regístrate](#)

La forma más fácil de vender desde tu propia tienda virtual

[Abre tu tienda ahora >](#)

Recibe totalmente gratis\* la cuenta de inscripción a Pagos Online para recibir pagos en línea, contratando 1 año de servicio con Monomi.

Ahorrando \$490,000

- 1 Crea tu cuenta**  
Define el nombre de tu tienda online.
- 2 Agrega tus productos**  
Sube fotos y describe tus artículos.
- 3 Enlaza un sistema de pagos**  
Inscríbete a Pagos Online, Interpagos o PayPal y recibe pagos en línea fácilmente.

Empieza a vender!

Cuéntale al mundo cómo vender online y convertir tu marca en un negocio online.

1,275 al 940 154

Facebook Twitter YouTube LinkedIn

DA LA OPCIÓN  
A QUE TE  
COMPREN POR  
INTERNET

# MARKETING DIGITAL

... Comercio  
Electrónico ....

The screenshot shows a Groupon deal for San Antonio Steak House in Bogotá. The main offer is for 16 smoked wings or BBQ ribs with a beer, priced at \$23,500 (50% off the original \$47,000). The deal is active and has 25 purchases. Below the main offer, there are sections for 'Destacados' (Highlights) and 'Letra chica' (Fine Print). The 'Destacados' section lists that the wings come with beer and sauce, that there are 300 ribs available, and that the beer is from Club Gremio. The 'Letra chica' section includes terms like 'valid only for in-person consumption', 'no applicable to 5th-10th Sept 2013', and 'reservations must be made 24 hours in advance'. On the right side of the page, there are other featured deals, such as a 50% off on a 1 or 2 night romantic dinner and a 50% off on a 2 ribs + 2 burgers + 2 drinks set.

APOYATE EN  
PLATAFORMAS

# EL MARKETING DIGITAL DEBE INTEGRARSE EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

## Integrar – Interactuar – Capitalizar

- Información completa en perfiles, portales, directorios, etc. Llevar de la mano al cliente utilizando la interactividad.
- Seguir el camino fácil ... ¡del cliente! Accesibilidad, usabilidad, información clara y segmentada, portales para el usuario y no para el dueño del negocio.
- Integración social, RS, foros, comentarios, compartir, etc.

PARA NAVEGAR . . .  
NO ME HAGAS PENSAR

# EL MARKETING DIGITAL DEBE INTEGRARSE EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

## Integrar – Interactuar – Capitalizar



- Hacer cobertura twittera de la transmisión, entrevista, programa, etc.
- Streaming a través del portal web.
- Transmisión en vivo – interacción con redes sociales, leer tweets en vivo, responder preguntas realizadas a través de redes sociales.
- Podcast.
- Canal de youtube.
- Programa de Radio online.
- Hangouts.



# EL MARKETING DIGITAL DEBE INTEGRARSE EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

## Integrar – Interactuar – Capitalizar



- Las redes sociales SON generadoras de información, de noticias.
- Personas con celulares en sus manos son los nuevos reporteros del mundo, nadie espera a que llegue un periodista a cubrir una noticia para enterarse de la misma por quienes ya están en el lugar de los hechos.
- Versiones online de publicaciones impresas.
- Códigos QR, distribución impresa de canales digitales.
- Lo que paso en el 1.0, ¡no se queda en el 1.0!



# EL MARKETING DIGITAL DEBE INTEGRARSE EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

- Los eventos son grandes oportunidades de presencia de marca offline y ONLINE.
- Relatorías digitales en blogs y fotográficas.
- Cobertura minuto a minuto del desarrollo del evento.
- Agregar valor en cada publicación que se hace.
- Conectar público, códigos QR, fotos y menciones.
- Invitación bloggers, twitteros, prensa no es sólo comunicadores.
- ¡NETWORKING!



## EN RESUMEN:

- CREA UNA PÁGINA WEB SIGUIENDO EL CRITERIO DE LA PERSUABILIDAD.
- CREA UN BLOG QUE TE AYUDE A GENERAR CONTENIDO
- POSICIONA EN FUNCIÓN DE LAS PALABRAS CLAVE QUE BUSCA TU AUDIENCIA.
- SELECCIONA LAS REDES SOCIALES DONDE ESTÉ TU CLIENTE Y PARTICIPA.
- PREGUNTÁLE A TUS CLIENTES Y UTILIZA TESTIMONIALES
- INTEGRA LA ESTRATEGIA ONLINE EN LA DE LA COMPAÑÍA



**COMUNIDAD**