

COMERCIALIZACIÓN

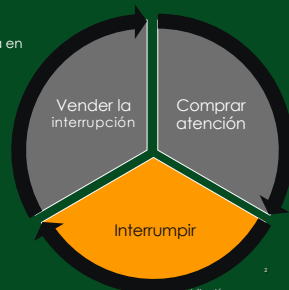
MARKETING DIGITAL

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

1

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 interrumpir con anuncios. Supone un público pasivo con escasa o nula participación



Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

2

MARKETING DIGITAL

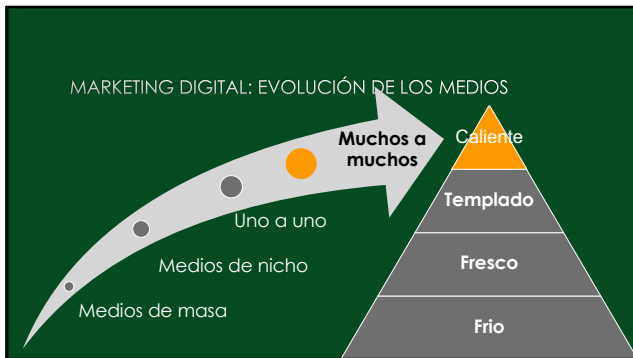
Radio	→	76 años
Televisión	→	26 años
Internet	→	8 años
Ipod	→	6 años
Facebook	→	9 meses

Tiempo en llegar a 100 millones de usuarios

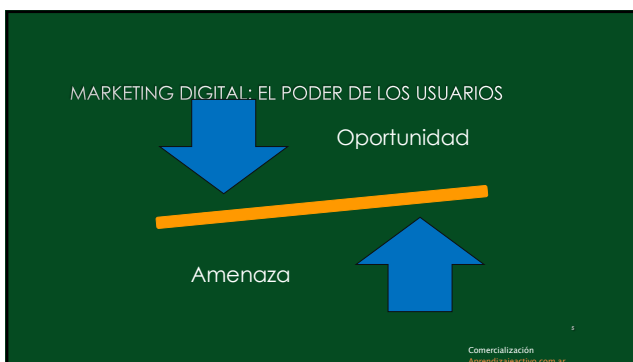
Ver nota en línea

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

3



4



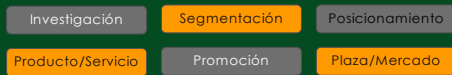
5



6

MARKETING DIGITAL: LOS RECURSOS DISPONIBLES

Estas nuevas tecnologías tienen la potencialidad de unir todas las variables de marketing en una herramienta. Es posible hacer múltiples usos:



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

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

7

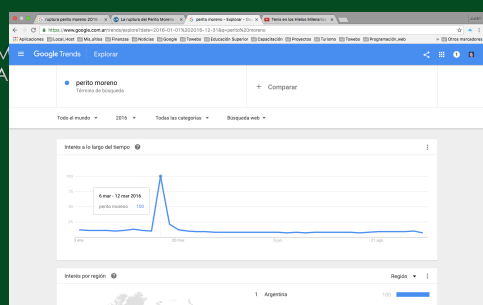
MARKETING DIGITAL: LOS RECURSOS, ANÁLISIS DE TENDENCIAS

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

Google Trends

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

8



Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

9

MARKETING DIGITAL: SEGMENTACIÓN

Micro segmentación o segmentación basada en el comportamiento del usuario

Behavioral Targeting

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

10

10

MARKETING DIGITAL



Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

11

11

MOMENTO CERO DE LA VERDAD (ZMOT)

EN EL AÑO 2012 GOOGLE INTRODUCE EL CONCEPTO DE MOMENTO CERO DE LA VERDAD, COMO UN PUNTO INTERMEDIO ENTRE EL ESTÍMULO O PUBLICIDAD Y EL PRIMER CONTACTO DEL CLIENTE CON EL PRODUCTO, SERVICIO O EMPRESA.

[Ver video](#)

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

12

12



13



14



15

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

16

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

16

MICRO MOMENTOS: COCA COLA



17

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

17

MICRO MOMENTOS:



18

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

18

MARKETING DIGITAL: ¿CUÁL ES EL DESAFÍO?

El mundo digital se caracteriza por la abundancia y el costo marginal cero, por eso es de vital importancia comprender cuál es el principal desafío que nos impone.

Este es un mundo saturado de información, con millones de resultados para cualquier tipo de búsqueda y el mayor desafío es...

Aparecer en los resultados de búsqueda

Los buscadores y/o redes sociales mostrarán nuestro contenido siempre que este sea **RELEVANTE** para el usuario

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

19

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES SEO

Las plataformas digitales constituye un mercado a nivel mundial, es una oportunidad para todo tipo de emprendimiento para promocionar y vender productos y servicios.

Para lograr los objetivos de la empresa 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 (Search Engine Optimization) o natural y posicionamiento SEM o pago.

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

20

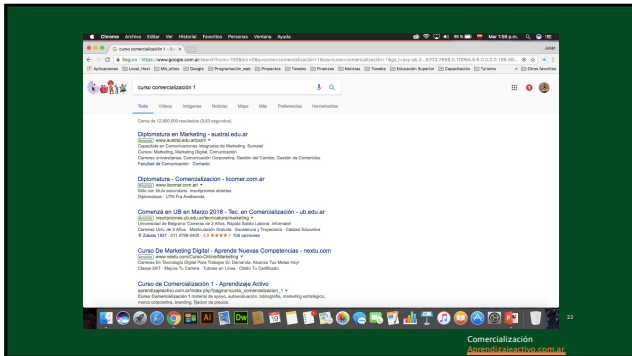
POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES SEO

Los buscadores utilizan Tecnologías de predicción para mostrar a los usuarios 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

21



22

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES 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.

Factores
Técnicos

+

Contenido

+

Popularidad

=

Ranking
SEO

Ver guía

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

23

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES SEO

Factores
técnicos

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

24

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

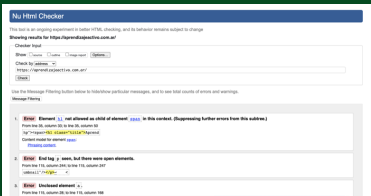
Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

25

FACTORES TÉCNICOS: EVALUAR EL CÓDIGO FUENTE

W3C es un consorcio internacional que genera recomendaciones y estándares con el fin de asegurar el correcto funcionamiento de la World Wide Web.

Ofrece un validador, que muestra los desvíos o errores y de esta manera señala las correcciones necesarias en el Código Fuente.



Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

26

POSICIONAMIENTO SEO: CONTENIDO

Elementos que hacen a la experiencia del usuario

- USABILIDAD
- ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN
- DISEÑO DE INTERACCIÓN

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

27

POSICIONAMIENTO SEO: CONTENIDO

Usabilidad

- EFECTIVIDAD: % DE TAREAS EXITOSAS
- EFICIENCIA: TIEMPO, PÁGINAS, ERRORES
- SATISFACCIÓN: SENSACIONES E IMPRESIONES DE LOS USARIOS

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

28

28

POSICIONAMIENTO SEO: CONTENIDO

La Arquitectura de la información Consiste en:

- Organizar
- Jerarquizar
- Rotular

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

29

29

POSICIONAMIENTO SEO: CONTENIDO

El diseño de la interacción:

Implica el diseño de procesos para resolver problemas, es decir que, va más allá de los aspectos estéticos

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](http://aprendizajeactivo.com.ar)

30

30



31




32

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

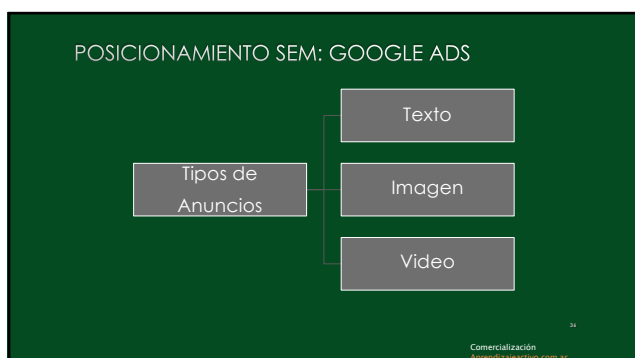
33



34



35



36

POSICIONAMIENTO SEM: GOOGLE ADWORDS

LOS ANUNCIOS DE GOOGLE ADS PUEDEN APARECER EN:

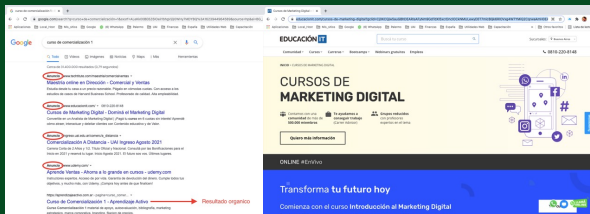
- » La red de búsqueda
 - AOL
 - Terra
 - » La red de display
 - Sitios asociados con Google.
- La plataforma AdSense fa

27

Comercialización
[ases.com.ar](https://www.ases.com.ar)

37

POSICIONAMIENTO SEM: PUBLICIDAD EN RED DE BÚSQUEDA



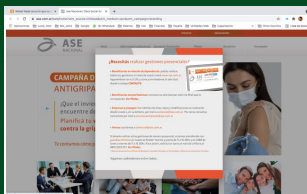
https://www.educacion24.com/cursos-de-marketing-digital-tgclid=CPKcQ9w5uGBI0EABUAFHnPGcdId93arDncDOKMULewy667TmcBQ6R0VWgM7M1MG2CqwcAmHKEAlw_wc8

28

Comercialización
[ases.com.ar](https://www.ases.com.ar)

38

POSICIONAMIENTO SEM: PUBLICIDAD EN DISPLAY



https://www.ase.com.ar/web/home?utm_source=infobae&utm_medium=cpc&utm_campaign=branding

Comercialización
[ases.com.ar](https://www.ases.com.ar)

39

POSICIONAMIENTO SEM: PUBLICIDAD EN DISPLAY

https://medife.com.ar/contacto/quiero-asociarme?utm_source=infobae&utm_medium=cpm&utm_campaign=portales

Comercialización
Aprendizaje Activo.com.ar

40

POSICIONAMIENTO SEM: GOOGLE ADWORDS

Los objetivos de una campaña de anuncios pueden ser:

- TRÁFICO
- CONVERSIONES
- BRANDING
- ROI

Comercialización
Aprendizaje Activo.com.ar

41

MARKETING DIGITAL: POSICIONAMIENTO SEM

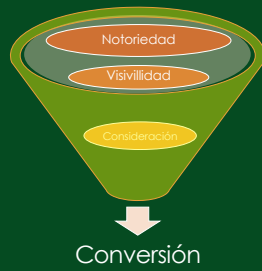
Los costos de una campaña de anuncios pueden ser:

- COSTO POR CLICK
- COSTO MENSUAL
- COSTO POR MIL IMPRESIONES
- COSTO POR CLIENTE POTENCIAL
- COSTO POR ADQUISICIÓN

Comercialización
Aprendizaje Activo.com.ar

42

PÁGINA WEB: POSICIONAMIENTO SEM



Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar

43

[illegible]

MARKETING DIGITAL: POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES



Es recomendable trabajar ambas estrategias de manera coordinada

Comercialización
Aprendizajeactivo.com.ar

44

[illegible]

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

La analítica web implica el análisis de datos cualitativos y cuantitativos de un sitio web y su competencia para impulsar una mejora continua...



Comercialización
Aprendizajeactivo.com

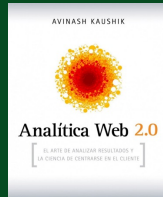
45

[illegible]

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

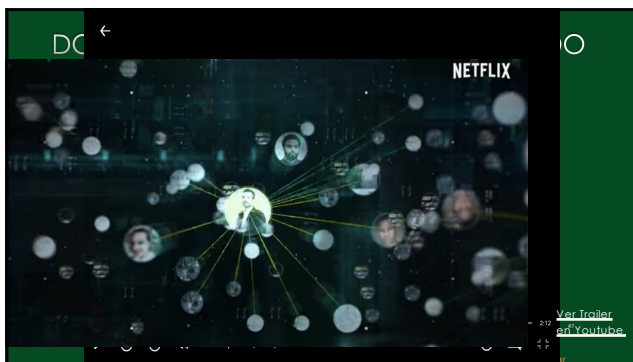
Avinash Kaushik, es uno de los referentes en el mundo de la analítica web, ha escrito numerables artículos y libros. [Ver blog](#)

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



Comercialización
[Acceso a recursos comerciales](#)

46



47

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

Las tecnologías de la información permiten obtener una enorme cantidad de datos.

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



Comercialización
[Acceso a recursos comerciales](#)

48

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

Las métricas más importantes: ClickStream

- ❖ Visitas (sesiones)
- ❖ Tasa de rebote
- ❖ Visitantes únicos
- ❖ Tasa de salida
- ❖ Tiempo en la página
- ❖ Tasa de conversión
- ❖ Tiempo en el sitio
- ❖ Engagement (Compromiso)

Comercialización
AprendizajeActivo.com.ar

49

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

Medir el Engagement simple en redes sociales:



50

MARKETING DIGITAL: ANALÍTICA WEB

Medir el Engagement ponderado en redes sociales:




51

MARKETING DIGITAL: COMMUNITY MANAGEMENT

**LOS MEJORES
COMMUNITY MANAGERS
DE ARGENTINA 2012**

Nació un área nueva. El 25% de las empresas ya cuenta con un manager de social media. Coca Cola, Personal, Glaro y Facebook lideran.

Gustavo D. Peña
Director (DINTEL)




[Ver nota en línea](#)

Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](#)

52

MARKETING DIGITAL: TP

CON EL OBJETIVO DE INTEGRAR LOS CONOCIMIENTOS Y APLICAR LAS COMPETENCIAS DEL MARKETING DIGITAL SE PROPONE LA REALIZACIÓN DE UN TRABAJO PRÁCTICO. EL MISMO CONSTITUYE LA REALIZACIÓN DE UNA AUDITORIA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTAS HERRAMIENTAS POR PARTE DE UNA EMPRESA. [DESCARGAR LA CONSIGNA DEL TP](#) [HACIENDO CLICK](#) O ESCANEA EL CÓDIGO QR:



Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](#)

53

MARKETING DIGITAL

Para hacer la autoevaluación,
escanea el código qr.



Comercialización
[AprendizajeActivo.com.ar](#)

54

BIBLIOGRAFÍA:



Joseph Lluis 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 35
Aprendizaje Activo
