

Propuestas y estrategias para Mujeres Emprendedoras



Internet Marketing

Prepared by: Eurosuccess Consulting

June 2016

Introducción, ¿Qué es el Marketing online?

La comercialización del Internet, o el comúnmente llamado, Marketing Online o Marketing Digital, son las labores de publicidad y marketing que utiliza la Web y el correo electrónico para impulsar las ventas directas a través del comercio electrónico, además de las oportunidades de ventas de los sitios web o correos electrónicos.

La diferencia entre el marketing tradicional y el marketing online varía, y se enumeran con detalle en la siguiente tabla.

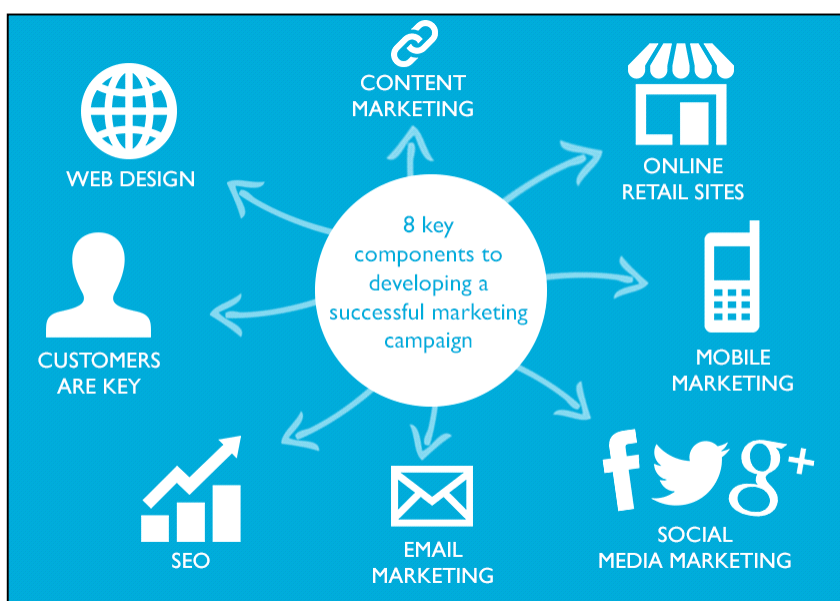
Marketing Tradicional	Marketing Online
Es difícil de medir. No se puede saber cuántas personas leen tu anuncio, y cuántos tomaron una acción favorable sobre la visión del producto.	Es medible. Se puede conocer el número de personas que vieron la publicidad online, y el número de los que han comprado el producto.
No es rentable.	Es rentable.
No es bueno para la construcción de una marca.	Es muy eficiente para la construcción de una marca.
De alguna manera, interrumpe las actividades regulares de los usuarios, tales como la publicidad en televisión que pueden molestar interrumpiendo el programa que estás viendo, también se puede desviar la atención del conductor, etc.	No interrumpe, el usuario puede elegir, donde como y cuando verlo, puede elegir sus preferencias de visión comodamente.
Las encuestas, consultas, publicidad impresa...no siempre es rentable, y se puede perder tiempo y dinero, ya que no se da la información total del producto	Se puede dar la máxima información sobre el producto. Así como sus ofertas.

Teniendo en cuenta que una gran proporción del clientes objetivo hoy en día está gastando mucho tiempo en la red, es crucial y más efectiva la necesidad de hacer marketing digital en lugar del tradicional.

Componentes del Marketing online

La comercialización a través de la red puede sonar simple, pero en realidad se requiere dedicación, constancia y una gran cantidad de tiempo con el fin de llevar una empresa al éxito. Para una estrategia exitosa de marketing online, la compañía determinará primero un target, sus objetivos y metas, y tener un fuerte estudio de mercado. La comercialización a través Internet está compuesta por los siguientes componentes:

- Marketing de contenidos
- Sitios de Venta Online
- Marketing móvil
- Social media marketing
- Email Marketing
- SEO
- Clientes
- Diseño web



Los 8 componentes necesarios para el desarrollo de una buena campaña de marketing.

Vamos a analizar los 4 puntos más necesarios.

Marketing de contenidos

No importa el negocio que tengas, para todas existe una tendencia que se ha acelerado estos últimos dos años, y se ha convertido en la forma de comercializar su presencia en línea con eficacia, es la comercialización de contenidos. Es parte de una estrategia de marketing de entrada, que es básicamente un empuje a una buena estrategia. En otras palabras, usted proporciona interés y calidad al contenido, los consumidores van a interesarse por su negocio gracias a esta acción. El primer paso es crear un buen contenido que los consumidores tengan que buscar.

Esta es la parte de la estrategia que va a desarrollarse a través de las empresas, sin embargo, hay algunos tipos de marketing de contenidos que pueden hacer el trabajo para cualquier empresa y que además, son eficaces para atraer a los consumidores. Cuando se trata de una lluvia de ideas sobre el tipo de contenido que desee crear para su negocio, hay que ponerse en la piel del consumidor y pensar que los temas de su sector sean de interés. Después de averiguar sobre qué tema desea cubrir, el medio que elija para representar su mensaje debe llegar con bastante facilidad.

El marketing de contenidos se puede encontrar de las siguientes formas:

Blogs

Los blogs son páginas web creadas por un individuo o un grupo de individuos. Se actualizan de forma regular. Se puede escribir blogs para la promoción de negocios.

Banners

El origen de los banners eran largas tiras de tela con un lema o diseño. Se utilizan para manifestaciones, procesiones, o incluso se cuelgan en un lugar público. Los banners de Internet en paralelo a las banners tangibles, se utilizan para la publicidad.

Foros de Internet

Son nada más que mensajes de discusión en línea en la web, donde la gente envía mensajes y participan en la conversación.

Social Media Marketing

"Las Redes sociales, no es sólo una actividad; es una inversión de tiempo y recursos valiosos. Rodéate de personas que no sólo te apoyan y se quedan contigo, e informales de tu forma de pensar para sorprenderlos".

SEAN GARDNER

Una estrategia de Redes Sociales es algo más que una página de Facebook o Twitter. Cuando se ejecuta correctamente, los medios de comunicación sociales son un potente controlador del motor de búsqueda y un compromiso con el cliente y el tráfico de Internet. El panorama de las Redes Sociales ha evolucionado significativamente en los últimos años, y es Internet una nueva y poderosa herramienta prácticamente en todo el mundo.

Al igual que con cualquier estrategia de marketing, el enfoque es sencillo:

- Identificar las Redes Sociales en los que tu público objetivo entra
- Solidificar un buen mensaje de marca, ¿Qué información puede resultar clave para tu público objetivo en las redes sociales?

Comprender e identificar las redes sociales que mejor encajen la conversión de su sitio web. En definitiva, Como última meta, el objetivo es crear un flujo constante de compradores.

Cosas a tener en cuenta al realizar una buena estrategia de medios de comunicación social:

Saber ver cuales son las redes adecuadas para tí

¿No usas Facebook? No hay problema. Conseguir desarrollar y dar visibilidad a tu negocio en las redes sociales, es una gran fuerza para fidelizar con tus clientes y asegurar tu marca. No creas que

es necesario un texto extenso para tener presencia en Facebook, para que tus clientes realmente hayan plasmado la idea.

Recuerde que las Redes Sociales son, en el fondo, un canal de distribución. Para difundir tu marca, es absolutamente necesario tener una audiencia.

Comience con sus clientes

Para conseguir personas que le sigan, es necesario seguir a sus propios clientes. Primero hay que ver cuales son las redes sociales que más eligen sus clientes para conectar, y en ellas ir colgando tu propia publicidad. Si estás creando una organización sobre algún tema, por ejemplo, la participación en grupos de discusión de LinkedIn sería realmente útil.

Si está creando un sitio web de publicaciones, sería bueno crear una plataforma en Twitter, para que el público retuitee tus informaciones a través de este canal.

Un sitio de comercio electrónico, por otro lado, puede ver resultados más fuertes en Facebook (es decir, a menos que su base de clientes sean más activos en Twitter). Realmente depende de las preferencias de sus clientes en internet, en sus patrones, en sus gustos

Invertir en la construcción de una comunidad

Las comunidades en línea agregan valor en la forma de exposición y distribución. Una parte de sus fans y seguidores en las redes son propensos a cambiar. Cuando se invierte en la construcción de medios de comunicación social, se está invirtiendo en la distribución.

Hay que centrarse en la construcción de su base de seguidores preguntándoles a sus contactos para que también puedan convertirse en un seguidor, con el fin de leer el resto de su contenido.

Al igual que el marketing de correo electrónico, es importante construir su propia base de datos. Cuando el público opta a convertirse en seguidor, será más propenso a participar con su marca de manera continua.

Sea respetuoso con el envío de invitaciones a sus seguidores. Algunas personas simplemente no quieren. Asegúrese de que hay una opción para que puedan darse de baja. Para incluir un enlace

"No, gracias". Usted debera asegurarse de que una vez sus lectores vean la invitación, no les llegue de nuevo.

Esta estrategia puede ayudar a duplicar su red social de seguidores - que puede evolucionar fácilmente de un 30% a un 40% de tráfico en sus sitios web.

Decida con que frecuencia quiere subir mensajes

Obviamente, si subes un post de Facebook a las 2 de la madrugada, será poco probable que le vean muchos usuarios. Más allá de lo obvio, sin embargo, es importante prestar atención a los matices de tiempo de tus mensajes. Utilice las herramientas de Redes Sociales libres para decidir la frecuencia y la hora más beneficiosa a la hora de mandar sus tweets y actualizaciones de estado. Esto es lo que algunos de los informes ven como:



Saber sincronizar el contenido

Las Redes Sociales y el Marketing de contenidos van de la mano. Cuando las personas están navegando sus redes sociales como Facebook y Twitter pueden ser alimentos para el ganado, hay ocasiones en los que no tienen el animo para comprar, no es el momento. Ellos quieren ser sociales, ponerse al día con amigos, relacionarse con su familia, mirar las fotos, y relajarse.

Por mucho que usted quiera vender, su contenido no debe. La clave es construir relaciones de afecto. Saber hacer a la gente reír, captar su interés, saber crear una marca que a su vez sea

también un amigo. Compartir contenido, no productos. Recuerde que las personas son emotivas y quieren ser entretenidos.

Promover el contenido más allá de su propio interés. Seleccionar contenido para la comunidad, y compartir lo que es más relevante para sus amigos y seguidores. La claridad de contenidos, hará un gran trabajo.

Hay que saber captar la atención con imágenes

La gente no quiere solo leer trozos de texto. Al usuario le llegan mucho mejor las imágenes que llamen la atención y que sean fáciles de identificar con el producto. Para ello hay que ser creativo, y no temer ser divertido, incluso con imágenes que tengan poco que ver con tu marca o empresa. Eso sí, no se puede ser aburrido.

Consejos a tener en cuenta:

- Elija redes sociales que vayan con su público.
- No se sienta obligado a lanzar perfiles de redes sociales que están mal alineados con su marca.
- Hacer un seguimiento de los resultados para que se pueda mejorar continuamente el rendimiento.
- Controlar estadísticas relacionadas con la viralidad, el compromiso, los clientes potenciales y los costes.
- Las acciones como re-tweets son extremadamente valiosos, ya que generan una exposición libre para su empresa.
- Animar a los usuarios a compartir su contenido mediante la implementación y la colocación de intercambio de reproductores sociales.
- Ser lo más visual posible. A la gente no le gusta leer grandes extensiones de texto.

- Recuerde que las personas en las redes sociales no piensan como su negocio. Están buscando conectarse con amigos, sincronizar con la familia, ver fotos, y descubrir el entretenimiento de las redes.
- Integre su estrategia de redes sociales con su programa de contenido de marca. El contenido es un controlador de tráfico de referencia de gran alcance.
- Escuche lo que tiene que transmitir. Utilice las redes sociales para aprender acerca de su base de clientes.

SEO

Search Engine Optimization (SEO) Estrategia

El posicionamiento en buscadores (SEO) es una metodología de estrategias, técnicas y tácticas utilizadas para aumentar la cantidad de visitantes a un sitio web mediante la obtención de un puesto de alto rango en la página mediante resultados de un motor de búsqueda (SERP) - incluyendo buscadores tan potentes como Google, Bing , Yahoo y otros motores de búsqueda.

Esta metodología ha estado presente desde el principio de Internet, y el objetivo ha sido siempre el mismo , conseguir clasificar el mayor numero de resultados de los buscadores o páginas (SERPs) como sea posible. Como puedes imaginar, la competencia en este espacio se hizo muy fuerte, a medida que más y más empresas se dieron cuenta de lo importante que era dar visibilidad a sus negocios mediante determinadas palabras clave.

La experiencia del usuario es todo.

SEO es la práctica de la mejora y la promoción de un sitio web con el fin de aumentar el número de visitantes al sitio a través de los motores de búsqueda. Hay muchos aspectos en SEO, por un lado las palabras que llevan a su página y por otro la forma que otros sitios enlazan en su página web. A veces SEO es simplemente una cuestión para asegurarse que su sitio está estructurado de manera que los motores de búsqueda que decidas, puedan llegar fácilmente a él.

Puede sonar contradictorio, pero SEO significa algo más que el análisis de la tecnología en los motores de búsqueda.

Los motores de búsqueda están diseñados para conectar a las personas con valiosa información al momento, cuando se desee. La calidad y la relevancia son cruciales aquí, y el objetivo de Google es asegurar que los mejores sitios posibles estén a la cabeza. Es por eso que valoramos y recomendamos plataformas como Google y Bing porque confiamos en ellos.

SEO es un conductor de la PALABRA CLAVE

Ya nos dimos cuenta de que eso ya lo sabe, ahora es un buen momento para reforzar el siguiente detalle:

SEO se basa totalmente en palabras clave.

Pensar en ello desde el punto de vista de la experiencia del usuario. El valor de los motores de búsqueda es que nos permitan encontrar información basada en palabras, frases cortas, u oraciones.

Herramientas para webmasters

Tanto Google como Bing tienen plataformas de Herramientas para webmasters. Como hemos mencionado anteriormente, este es un recurso que puede ayudar a ver cómo los motores de búsqueda hacen una lectura de su sitio web. Por lo que se pueden hacer cuentas a través de Google y Bing. Tenga en cuenta que las Herramientas para webmasters son necesarias para asegurar que su sitio web esté en los primeros puestos de los buscadores.

Soluciones y ayudas de las Herramientas para webmasters :

- Indica a los motores de búsqueda para actualizar su sitio web
- Evalua sus enlaces internos
- Ver los vínculos de retroceso a la página web
- Diagnosticar y solucionar problemas
- Comunicarse con Google Search Team Quality
- Ver las palabras clave que dirigen el tráfico a su sitio web
- Identificar que errores de rastreo pueden estar afectando a su capacidad para aparecer en la búsqueda

Google **webmaster tools**

Webmaster Tools

Site Dashboard

- Site Messages
- Search Appearance
 - Structured Data
 - Data Highlighter
 - HTML Improvements
 - Sitelinks
- Search Traffic
 - Search Queries
 - Links to Your Site
 - Internal Links
 - Manual Actions
- Google Index
 - Index Status
 - Content Keywords
 - Remove URLs
- Crawl
 - Crawl Errors
 - Crawl Stats
 - Fetch as Google
 - Blocked URLs
 - Sitemaps
 - URL Parameters

Dashboard

- Site configuration
- Your site on the web
 - Top search queries
 - Links to your site
 - Keywords
 - Internal links
 - Subscriber stats
- Diagnostics
- Leads

Help with:

- Understanding the data
- Top search queries
- Increasing clickthrough

Top search queries

AI United States Apr 21, 2010 to Apr 23, 2010 Search

Queries	Impressions	Clickthrough
433	8,100	480

Query	Impressions	Clickthrough	+ % Clickthrough
how to make thai tea	58	28	48%
thai iced tea	260	91	35%
thai iced tea	73	22	30%
thai iced tea recipe	260	46	18%

Consejos

- SEO y la experiencia de los usuarios siempre deben estar alineados. Si parece demasiado bueno para ser verdad, probablemente lo sea.
- Dar prioridad a Bing y a Google. La comunidad SEO habla de Google mucho, aunque también tiene en Bing una cuota de mercado significativa.
- Centrarse en los componentes técnicos de SEO, y en los estratégicos. Pensar en SEO como una estrategia para comunicar tu información a los motores de búsqueda. Utiliza el marketing de motores para hacer ver que estás utilizando recursos de la más alta calidad para buscar una palabra clave determinada.
- El marketing de contenidos puede hacer maravillas para SEO en su empresa. Crea infografías, blogs, y guías que te garanticen atraer a clientes actuales y potenciales.
- Dirigir el tráfico es sólo parte de la ecuación de SEO. Asegúrese de que tu también actúas como herramienta para la optimización de la conversión.
- Utiliza los presupuestos para regular su gasto. No utilice los presupuestos como una medida de eficiencia. Si sus esfuerzos en la publicidad de canales de pago son realmente eficaces, no será necesario un presupuesto.

Diseño Web

Uno de los aspectos más importantes de la comercialización en línea que puede ser un factor determinante en su negocio es el diseño web. El diseño web es un proceso similar a la creación de la empresa, con la intención de presentar un contenido de páginas electrónicas, que los usuarios finales pueden acceder a través de Internet con la ayuda de un navegador web. Básicamente, es el sitio web de su propia compañía. Un sitio web de negocios debe tener lo siguiente:

- Debe ser fácil de usar con el fin de permitir que el visitante encuentre la información que necesitan de forma rápida y fácil.
- Debe ser diseñado por un diseñador de páginas web teniendo en cuenta el propósito de su negocio (por ejemplo, si su negocio es hacer pasteles de cumpleaños para los niños, el sitio web deberá ser colorido, pero si usted tiene la intención de desarrollar una empresa de traducciones ,

entonces debería ser más serio con los colores menos intensos), debe ser de manejo fácil para que el usuario puede navegar.

- En su sitio web, usted debe definir claramente su negocio, así como debe saber dirigirse a su público objetivo.
- Debe ser creativo, no aburrido, para atraer visitantes recurrentemente

Logotipo

La marca es importante para todas las empresas, tanto grandes como pequeñas. El diseño y la colocación del logotipo de su marca es una carta de presentación a un espectador. Hay logotipos diseñados profesionalmente con éxito capaces de capturar la atención del cliente y proporcionar una imagen clara y una voz única de la marca. Seleccione una ubicación en su sitio que sea fácilmente visible para los visitantes, como la esquina superior izquierda, ya que es donde el ojo de forma natural comienza a escanear una página web. Para consolidar aún más la identidad de su marca, puede utilizar el mismo logotipo en el embalaje, la publicidad impresa, o ropa de marca. Cuando una empresa sabe utilizar su marca, consigue que los clientes puedan fidelizar perfectamente con la misma.

Funcionalidad

Al pensar en la funcionalidad, hay que tener en cuenta las siguientes cuestiones. ¿Es el sitio web funcional? ¿Hay problemas al cargar la página o enlaces que no funcionan? Este tipo de web es la adecuada para las necesidades de su negocio? Además de estas cuestiones operativas, es crucial poder examinar las características de su sitio web desde la perspectiva del usuario. ¿Son adecuados los formularios de contacto, encuestas, y las secciones de comentarios de los clientes sobre su empresa? Esto es importante verlo ya que uno o todos estos problemas funcionales, pueden hacer decidir que un cliente salga de su sitio.

Navegación



Si su sitio web es confuso y complicado para navegar, sus clientes pueden decidir irse y no volver. Para aumentar la eficacia y el atractivo de la navegación del sitio, hay que realizar una revisión en profundidad de la web como si usted fuese un visitante nuevo. Hay que tener en cuenta que flujos de navegación tienen sentido y cuales no lo hacen. Una forma para mejorar la capacidad para que un visitante pueda navegar por su sitio fácilmente (y ayudar a que los motores de búsqueda puedan rastrear su sitio) es agregar un mapa del sitio. Por otra parte, la racionalización de navegación mediante la eliminación de páginas innecesarias o de bajo rendimiento puede disminuir el tiempo de carga al tiempo que mejora la calidad de la presencia online de su marca.

Blog activo

Un blog en el sitio ayuda a mantener informados a los clientes sobre los últimos productos, eventos de empresa, e información relacionada con la industria. Tener un blog en su sitio web es una gran manera de conectar con ellos, sobre todo si sus mensajes animan a los lectores a interactuar con su marca. Mantener su blog regularmente y actualizarlo con información al cliente es clave para darle mas valor a su marca y para promover la comunicación. Al proporcionar a los lectores con regularidad un contenido útil, su marca se convierte en un recurso de confianza.

Integración con las Redes Sociales

La integración con las redes sociales ya no es una novedad, es un requisito. A medida que la tecnología hace más frecuente el intercambio de información, las empresas que carezcan de Redes Sociales, están en desventaja. Las redes sociales proporcionan un lugar en el que los clientes puedan promover su marca y dar opiniones acerca de las últimas novedades de su empresa. El texto y contenido visual, incluyendo imágenes de productos y de vídeo de marca, se distribuyen fácilmente en plataformas como Facebook, Twitter, Pinterest y LinkedIn con la adición de botones sociales para compartir su sitio web.

Contenido original

En el diseño de un sitio web, es crucial que la redacción tenga una alta calidad, el contenido original es muy relevante para su empresa y sus productos. Todo, desde la calidad de su contenido a las palabras clave utilizadas afecta a la clasificación de su sitio en los motores de búsqueda. Una investigación sobre las palabras clave puede proporcionar ideas al asunto y, si se usa con moderación, ayudará a los clientes a encontrar rápidamente el contenido que están buscando. Para aumentar el atractivo, cada página web debe tener no menos de 150 palabras y debe incluir enlaces a recursos creíbles y otras páginas de su sitio web. Los contenidos publicados en su sitio deben contener exclusivamente información de sus productos y de su marca. Antes de la publicación, utilice una herramienta como un copyright para asegurar que todo es seguro. La publicación de contenido duplicado en su sitio web dará lugar a sanciones pronunciadas de Google, incluida la posible retirada de los resultados del motor de búsqueda.

Imágenes de archivo

Todo lo que se encuentra en su sitio web se considera de propiedad intelectual y cae bajo las leyes de copyright. Existen proveedores como Getty Images uno de los mayores de fotografías de archivo del mundo que regula el uso apropiado de imágenes en línea. Si no has publicado con permiso, las imágenes que están protegidos por copyright pueden acabar en multa. Al incorporar imágenes en el contenido de su sitio, asegúrese de recibir permiso por escrito para su uso y pagar las tasas correspondientes, en su caso. También hay sitios que ofrecen acceso a imágenes libres de derechos de autor. Sin embargo, asegúrese de revisar cuidadosamente las condiciones de uso antes de enviarlos. Para muchas empresas, los costos asociados con el empleo de las imágenes son mayores que el beneficio inmediato de "conseguir algo por nada."

Resumen del módulo

En este documento se ofrece una introducción detallada sobre la comercialización de Internet. Se analiza, entre otras cosas, que es exactamente y por qué es útil, sus principales diferencias con el marketing tradicional, y por qué ha surgido a la alza en los últimos años. Además, en este módulo se explican los cuatro componentes más importantes de Internet Marketing:

- Marketing de contenidos
- Social Media
- SEO
- Diseño Web

Estos cuatro componentes son los aspectos más significativos de la comercialización de Internet y que se deben tener en cuenta en gran medida cuando se inicia la promoción de una empresa a través de Internet. El marketing de contenidos es un contenido diferente, como artículos o el mantenimiento de un blog activo en su sitio web, lo que le ayudará a construir una comunidad que usted y su producto confía, y no significa necesariamente que se centra directamente en la venta. Los medios sociales son una poderosa herramienta de adquisición de clientes y el público cuando se usa con prudencia y con persistencia. Algunos conceptos básicos de las redes sociales se explican en este módulo, y cómo utilizarlos de manera efectiva para ganar adeptos y construir una comunidad. SEO es la parte de marketing en línea que le ayuda a medir su audiencia y visitantes del sitio web, sino que también ayuda a obtener algunas de ellas con la selección correcta de las palabras. Por último, el diseño web es también un factor definitivo en su búsqueda de éxito! Considerarlo como su "imagen" al mundo exterior, donde la gente prácticamente se puede visitar y volver a visitar con suerte. Por esta razón, usted debe recordar como crear un sitio web que atraiga a los usuarios y hacer que sea fácil para ellos para localizar la información correcta.

Ejercicios

Elegir la respuesta correcta.

¿Cuál es la principal razón por la que la comercialización de Internet se ha desarrollado de esta manera tan extensa?

- a. Porque es más fácil hacer publicidad a través de internet
- b. Porque es más eficaz
- C. Todo el mundo trabaja hoy en día con internet por lo que hay un mercado objetivo mucho mayor.

¿Por qué se debe utilizar el marketing de contenidos?

- a) Para estar mucho más activos online, dentro de tu compañía
- b) Para construir una comunidad a través de tus artículos y tu contenido
- c) Para poder vender tu producto con mayor facilidad

¿Qué es lo más importante a recordar en Social Media?

- a) Ser constante y activo
- b) Elegir la plataforma de Redes Sociales correcta de acuerdo a su tipo de negocio
- c) Ambas opciones

Su sitio web de negocios debe ser definitivamente ...

- a) Fácil de manejar
- b) Muy colorido visualmente
- c) Sencillo

Referencias

<http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website>

http://cubicleninjas.com/7_things_consider_before_designing_website/

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/>

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/>

<https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/>

http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm