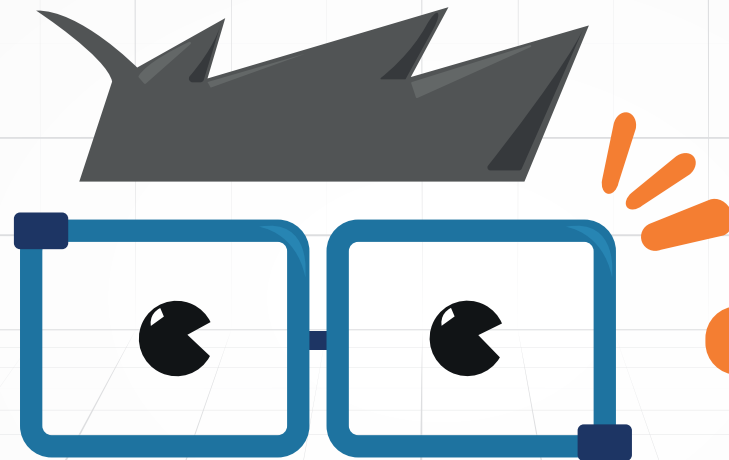


# Conceptos clave del **MARKETING DIGITAL**



EW 360<sup>®</sup>

# INTRODUCCIÓN



El mundo digital es una extensión de nuestra realidad a la que cada vez acudimos con mayor frecuencia. El tiempo promedio que los usuarios pasan conectados a Internet es de 6 a 7 horas al día, y las acciones que realizan en ese lapso son muy variadas.

Tanto tiempo en línea no podía pasar desapercibido para las empresas, quienes vieron en lo digital una gran oportunidad de generar más clientes. Es así como las estrategias del marketing convencional empezaron a insertarse en Internet, consolidando la etapa en la que nos encontramos hoy día.

Actualmente, el mundo digital se ha convertido en potenciador de cada negocio, al grado de que la permanencia de una compañía en el mercado se ve afectada si no cuenta con un sitio web o presencia en redes sociales.

Pero eso no es todo, no basta con el simple hecho de promocionar tu marca en Internet. Las demandas de los consumidores actuales cambian a cada momento, al mismo tiempo que disminuye su atención en anuncios publicitarios y acciones de marketing.

Por ello, las empresas se enfrentan día a día con la difícil tarea de captar la atención del usuario por medio de contenido valioso y atrayente para sus posibles clientes. Además, se debe trabajar en el posicionamiento de dicho contenido para que los esfuerzos no se pierdan en el mar de información que aloja el Internet. El reto está en ir más allá de una página web atractiva o un contenido que sea recordado momentáneamente y no genere ninguna acción significativa en el internauta. El reto consiste en fusionar creatividad y rentabilidad, para convertir a los usuarios en clientes, y a los clientes en fieles seguidores, y eso sólo se logra con un buen marketing digital.

Si eres relativamente nuevo en Internet, te dejamos algunos conceptos clave que te ayudarán a desarrollar de la mejor forma tus estrategias de marketing digital, y sacar el máximo provecho a tu inversión.

# A



## ANALÍTICA WEB

Es una disciplina que nos permite obtener información sobre el tráfico y comportamiento de los usuarios en un sitio web. Algunos de los datos que podemos recopilar son el número de visitas, tiempo de navegación y tasa de rebote, entre otros.

Una vez que se seleccionó la información necesaria, ésta debe ser interpretada y analizada para detectar errores y aciertos que den pie a una mejor experiencia de navegación.

## ADWORDS

Es un programa de publicidad en línea creado por Google, donde las empresas pueden promocionar sus productos o servicios, por medio de anuncios que aparecerán en las búsquedas de los usuarios que se relacionen con el giro de tu compañía.

Con una inversión accesible a todo presupuesto, podrás lograr que tu marca llegue al target indicado, el tráfico de tu web aumente y crezcan las posibilidades de ganar clientes.

## AWARENESS

Es un término que hace referencia al nivel de conocimiento y recordación que tiene una marca, el cual mejora con una buena estrategia de marketing digital.

El objetivo de toda empresa es colocarse en el top of mind del consumidor, es decir, que su marca sea de las primeras que vienen a la mente de las personas cuando se les pregunta por el producto o servicio que ofrecen.

# B



## BANNER

Anuncio que es colocado en un sitio web con el fin de promocionar algún producto o marca en particular. Un banner se puede encontrar en diferentes tamaños y tipos, algunos de ellos pueden incluir animaciones, audio o simplemente imagen fija.

## BRANDING

Es el conjunto de esfuerzos comunicativos que buscan “construir una marca”; es decir, desarrollar y mantener los atributos y valores de la empresa, para fortalecer su reputación y ganar la fidelidad del target.

Las estrategias de branding se definen con base en los objetivos de la compañía, su situación en el mercado y las exigencias de su público meta.

## BROWSER

Son aplicaciones para visualizar el contenido de páginas web y facilitar la navegación por Internet, de igual forma permiten ejecutar elementos multimedia como imágenes, videos y animaciones.

## BUYER PERSONA

Es un arquetipo o una representación semi-ficticia a fondo de tu cliente ideal. Se construye a partir de estudios de mercado, encuestas o entrevistas a fondo.

Algunos de los datos que debe componer tu buyer persona son: zona demográfica, aspectos laborales, objetivos personales, nivel de ingresos sus principales hábitos, así como su comportamiento en línea.

## CALL TO ACTION (CTA)

Como su nombre lo indica, es un 'llamado a la acción', ¿cuál?, lograr atraer posibles clientes de una página web a la tuya. Mediante un banner, anuncio, botón o enlace situado en una página diferente, el usuario podrá contactar directamente contigo si tu CTA es efectivo.

## CONTENT MARKETING

Es el conjunto de acciones enfocadas en atraer y retener clientes, a través de la elaboración y distribución de contenido valioso, relevante y consistente. De esta manera se crean conversiones que se traducen en beneficios para la empresa. Cada estrategia de content marketing debe contemplar un diagnóstico de situación en que se encuentra la marca y la definición de objetivos, para después pasar a la creación de ideas y, finalmente, la distribución del contenido.

## CONVERSIÓN

Es un término usado para definir el momento en que un usuario realiza una acción clave. Las conversiones son definidas por tu empresa según la actividad de marketing que se vaya a realizar: puede ser desde un simple like o la descarga de un archivo, hasta el cierre de una venta de tu producto o servicio.

## COOKIES

Son un cúmulo o paquete de datos que una página web almacena en el ordenador del usuario, con el fin de conocer las preferencias del mismo cuando navega en Internet. Mediante el uso de cookies, las páginas pueden guardar un registro de tu actividad, ayudando a que la publicidad que recibes esté acorde a tus gustos y preferencias.

# D

## DOMINIO

Es el nombre único con el que un sitio web se puede encontrar y definir en Internet. Suele componerse de tres partes:

- www: World Wide Web
- Nombre: estrategiaweb360 (por ejemplo)
- Tipo de organización: .com, .net, .org...



# E



## E-COMMERCE

También conocido como comercio electrónico, es el proceso por el cual se realizan distintas transacciones a través del mundo digital, como una compra online o el intercambio de datos.

Esta modalidad de venta es cada vez más común en las empresas, debido al alcance y facilidades que brindan las distintas plataformas digitales.

## EMBUDO DE CONVERSIÓN

Es un gráfico que describe la serie de pasos que un usuario realiza para llegar a un objetivo específico en la web. El más común ilustrar los filtros que el consumidor debe pasar para convertirse en cliente.

## ENGAGEMENT

Es la relación estable y duradera que una marca logra crear con su consumidor.

Para llegar a ella, es necesaria una estrategia de marketing que englobe una constante interacción y conocimiento de nuestro target, así como el compromiso de atender sus necesidades e intereses.

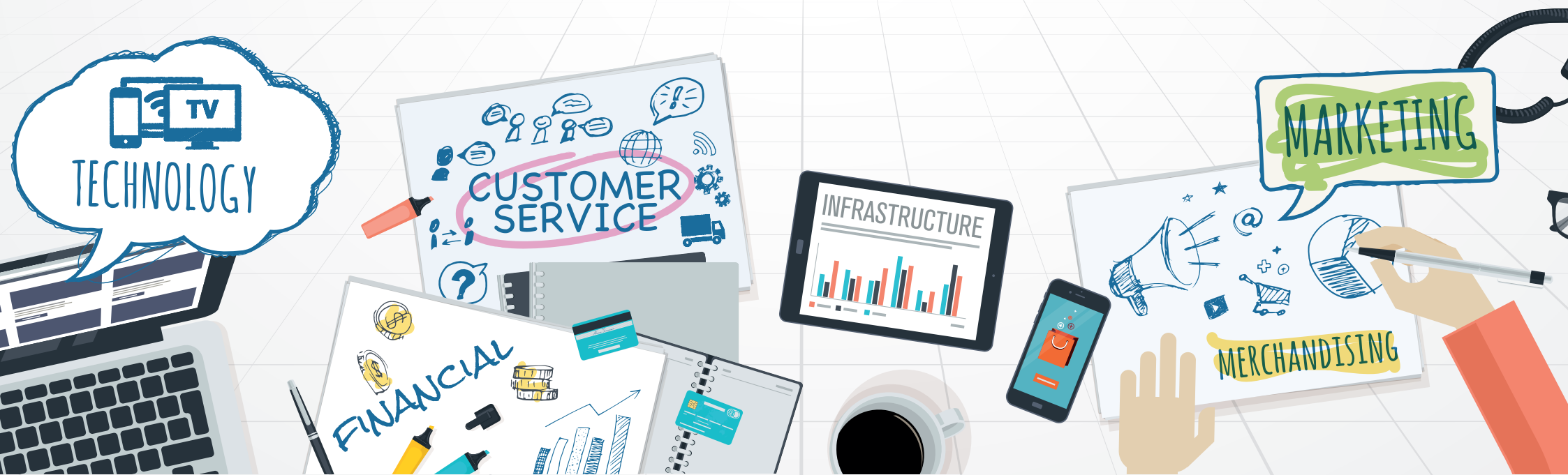
# F



## FANPAGE

Es un perfil creado en redes sociales (Facebook o Twitter, principalmente) con el fin de que tu producto sea visto por miles de personas; además, permite entablar un vínculo comunicativo entre cliente y marca.

Mediante ella podrás promocionarte, vender, llegar a más personas y fidelizar la relación con tus clientes actuales.





# H



## HOSTING

Es el servicio que se paga por alojar una página web en un servidor remoto, con el fin de que los usuarios puedan visitarla y navegar en ella con mayor velocidad que si estuviese situada en un servidor normal.

Además, al contratar un servicio de hosting, podrás almacenar información, correos electrónicos, así como imágenes, videos y cualquier contenido para tu página web.

## HTML

Es el lenguaje de programación que utilizan todos los documentos en Internet. Permite el uso de elementos multimedia (fotos, video, música) y aplicaciones dinámicas (Java, Flash, ActiveX, etc.), que hacen las páginas web más dinámicas.

# I

## INBOUND MARKETING

Metodología orientada a que usuarios y clientes potenciales encuentren tu marca en Internet, se acerquen a ella y adquieran tu producto o servicio.

Para llegar al objetivo final, la empresa debe contemplar cuatro fases: atracción del usuario, conversión, cierre de venta y enamoramiento del cliente para ganar su fidelidad.

## INFLUENCERS

Personas que cuentan con presencia y credibilidad destacables en el mundo digital. Actualmente, estas cualidades son utilizadas en estrategias de marketing, para que dichas personas se conviertan en embajadores de una marca.

Si el target asocia tu producto o servicio con un influencer, las probabilidades de que se atrevan a probar tu marca e incluso generen fidelidad hacia ella, aumentan.

## INTERNET PROTOCOL (IP)

La IP es una combinación de 4 series de números mediante los cuales tu computadora será identificada en el momento en que entres a Internet.

Esta clave única servirá para identificarte en todo el mundo, así como la hora y lugar de conexión.

# K



## KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)

Es un indicador clave cuyo fin es medir la efectividad de una acción en marketing digital. Toda estrategia debe contar con KPI's medibles, cuantificables, específicos y relevantes para los objetivos y necesidades de la empresa.

Algunos ejemplos son: número de visitas orgánicas y pagadas, leads generados y conversiones, grado de penetración, etc.

## KEYWORD

Es el término o conjunto de palabras que refieren a una posible búsqueda en la web. Las palabras clave ayudarán a que tu contenido se ubique en mejores posiciones de los distintos buscadores en Internet.

Actualmente existen páginas que te ayudan a conocer cuáles son las keywords más usadas por los usuarios, para que puedas realizar una mejor selección de ellas.



## LANDING PAGE

Es una página web 'no oficial' cuya finalidad es convertir a los usuarios en leads a través de una oferta atractiva, y un call to action contundente.

Esta herramienta es muy común en el marketing digital porque acerca a los usuarios a tu marca y potencia la posibilidad de convertirlos en clientes.

## LEAD

Nombre que se le da a un usuario que voluntariamente ha proporcionado algunos datos, a cambio de contenido interesante o información específica sobre tu marca. Este intercambio se realiza por medio de una landing page, llenando un formulario o con la suscripción a un newsletter, entre otros.

Las empresas deben priorizar la atención en estas personas, pues son clientes potenciales. Un correcto seguimiento de estos leads puede culminar en la generación de una venta.

# M



## MAILING (E-MAILING)

Estrategia de marketing que consiste en utilizar el envío de correos electrónicos a clientes fijos o posibles nuevos clientes, con información nueva sobre tu empresa, contenido relevante relacionado con tu marca y promociones de tus productos.

## MOBILE MARKETING

Es el conjunto de técnicas orientadas a la promoción de una marca por medio de dispositivos móviles. Estas prácticas van desde el contacto con clientes en WhatsApp, hasta la creación de apps que faciliten la obtención del producto o servicio.

P



## PAY PER CLIC (PPC)

Es una estrategia de marketing digital mediante la cual tu producto o página aparecen en los primeros lugares los buscadores web, a cambio tú como anunciante tendrás que pagar el servicio por cada clic que los usuarios le den a tu anuncio o visiten tu sitio a través del mismo.

## PAY PER LEAD (PPL)

Es la evolución del PPC. En esta estrategia se hace el pago a tu servidor por cada acción efectiva que un usuario realice gracias a tus anuncios, como suscribirse a un newsletter, proporcionar sus datos para recibir información gratuita o probar un producto demo..

# R



## RESPONSIVE WEB DESIGN (RWD)

Es una técnica de diseño enfocada en permitir que el sitio web de tu marca se pueda visualizar en diversos dispositivos móviles, reduciendo el tiempo de carga y adaptando los elementos de la página para mejorar la experiencia del usuario.

Esta condición es indispensable ya que los consumidores utilizan diferentes gadgets para consultar los sitios de distintas marcas. Una mala navegación podría equivaler a un cliente menos.

## RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI)

Es la ganancia económica derivada de distintas acciones de marketing. Su importancia radica en que es una referencia para medir los resultados de tus estrategias, y comprobar si tus esfuerzos son rentables.

Si tu retorno sobre la inversión es negativo, deberás preguntarte qué acciones no están generando un rendimiento económico y replantear tu estrategia.



## SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Es una herramienta orientada a mejorar de forma orgánica el posicionamiento en buscadores de tu sitio web. Esto se logra mediante el uso de keywords, la optimización de tu página y una buena presencia en redes sociales, entre otros. Si buscas potenciar el alcance del contenido generado para tu sitio web, el SEO es indispensable en tus estrategias de marketing digital.

## SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

Herramienta de pago que se encarga de aumentar la visibilidad de tu marca en Internet, a través de anuncios publicitarios en los distintos buscadores. Incluir SEM en tus estrategias de marketing digital es vital, pues el 50% de los usuarios que llegan a tu página mediante estas campañas, son más propensos a realizar alguna compra que los visitantes orgánicos.

## SEARCH ENGINE RESULT PAGES (SERP)

Son las páginas de resultados que aparecen en los diversos buscadores web (Google, Yahoo, Bing, etc.) cuando realizas una investigación en Internet. Mejorar la posición de tu sitio web en las SERP's es posible mediante buenas estrategias de SEO y SEM.

## SOCIAL MEDIA MARKETING

Herramientas que permiten la comunicación dialógica entre marca y usuario en el mundo digital, a través del uso de redes sociales, páginas web y comunidades virtuales, entre otros. Dentro de los objetivos del Social Media Marketing, está el posicionamiento de marca en el 'top of mind' de los usuarios, generación de ventas y fidelización de clientes.





## TRÁFICO WEB

Es el término que se le da a la cantidad de información que los usuarios envían y reciben en los sitios online, donde cuentan las visitas, comentarios y reacciones al contenido del portal web.

Existen dos modos de generar tráfico: orgánico y pagado. En el primero, los usuarios llegan a tu portal sin que hayas tenido que invertir en posicionar tu anuncio o página en algún buscador web; en el segundo, el tráfico de tu sitio se genera partir de los anuncios que pagaste en navegadores, páginas o perfiles de Internet.

## TARGET

El target no es otra cosa que tu 'objetivo' o público meta. Es el segmento del mercado hacia el cual van dirigidas todas tus acciones como marca.

Depende de ti conocerlo y estudiarlo para que cada paso de tu campaña tenga el efecto deseado en el público.

# W



## WEB 3.0

Aunque es un concepto que aún no tiene definición exacta, la idea de la Web 3.0 o 'Web semántica', refiere a que los datos alojados en Internet pueden ser entendidos y procesados con mayor rapidez, sin importar el lenguaje en el cuál estén escritos y poniéndolos al alcance de todos.

La evolución de la inteligencia artificial y la posibilidad de comunicación entre sitios web según las preferencias del usuario, son algunos de los puntos que distinguen a este nuevo concepto.





# CONCLUSIÓN

Ahora que ya conoces algunos de los términos del marketing digital, tienes un panorama más amplio de lo que hacemos en Estrategia Web 360.

Por último, es importante recordar que la comprensión de estos conceptos es sólo el principio de un extenso plan de trabajo, cuyo propósito es entender las necesidades y objetivos de cada empresa, para plantear estrategias con resultados fructíferos en todos los sentidos.

Cada marca tiene diferentes metas y circunstancias, por lo que es necesario acudir con expertos en marketing digital para que ellos te acompañen en el camino al éxito de tu compañía.

Para más información, consulta nuestra página.