

Mujeres BAC

Marketing Digital



Fundamentos del Marketing Digital

Hoy es importante estar presente, ser relevante y añadir valor. (Nick Besbeas)





Definición y evolución del Marketing Digital

✓ **Estrategia**

La esencia radica en crear conjunto de estrategias

✓ **Comunicar**

Centradas en promocionar una empresa o marca

✓ **Canales digitales**

A través de tecnologías digitales

✓ **Segmentación**

Pon una oferta adaptada a sus intereses y comportamientos

✓ **Valor**

Que generen valor y conexión



¡Hemos evolucionado!

Con avances **tecnológicos** y cambios en el comportamiento del consumidor

El **marketing digital** se ha vuelto aún más centrado en la experiencia móvil.



Ventajas *Marketing Digital* frente al marketing tradicional

1 Prospección

2 Canales utilizados

3 Facilidad y accesibilidad

4 Medición

5 Costo

Estrategia Digital



Objetivos



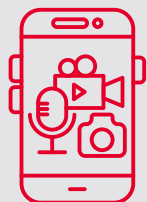
Segmentación



Canales digitales



Presupuesto



Contenido



Objetivo + Métrica

Definamos los objetivos + métricas de medición



1 AWARENESS

Aumentar el reconocimiento de marca y visibilidad online

- **Objetivo:** Lograr que el 50% de los clientes potenciales de la zona reconozcan la marca en los próximos 6 meses.
- **Métricas clave:** Incremento en el número de alcance en redes sociales, tráfico web, menciones de marca online.

2 CONVERSIÓN

Aumentar la captación de nuevos pacientes

- **Objetivo:** Incrementar en un 30% el número de nuevos donantes provenientes de canales digitales en los próximos 6 meses.
- **Métricas clave:** Número de nuevos clientes, tasa de conversión desde el sitio web y redes sociales.

Segmentación

Enfoquemos nuestros esfuerzos en la audiencia objetivo



1 ¿Quién es mi audiencia?

Edad
Sexo
Ciudades
Intereses

3 Desarrolla estrategias personalizadas

- Crear contenidos adaptadas a las necesidades de cada segmento prioritario.
- Seleccionar los canales y plataformas digitales más eficaces.

2 La audiencia no siempre se define de manera específica

¿En qué etapa de vida están?

Ejemplo:

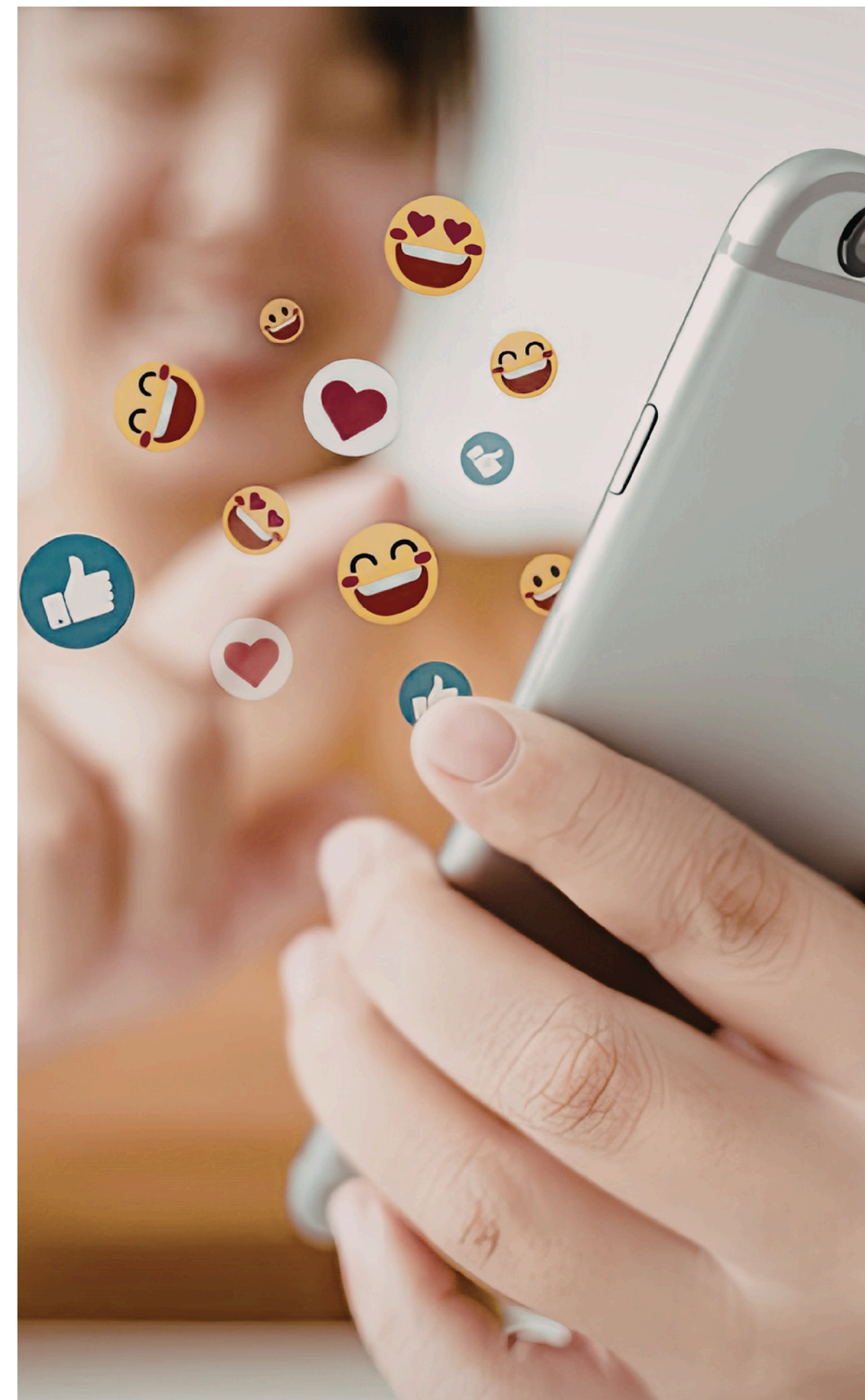
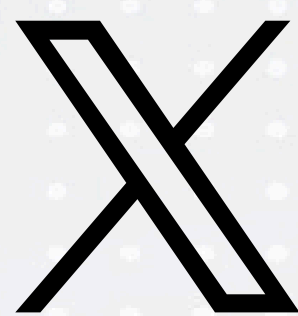
Quiero generar donaciones en navidad

Segmentación:

- jóvenes que hacen compras (Estudiantes y profesionales)
- Familias (Padres que quieran salir a un viaje con sus hijos)

Canales Digitales

Selección e integración de canales digitales relevantes



Públicaad y Anuncios Digitales

Objetivos de la plataforma

Definamos los objetivos a seleccionar



Awareness

- Se utilizan para alcanzar la mayor cantidad de personas y generar reconocimiento de marca.



Tráfico

- Se usan para dirigir a un sitio en específico y llevar tráfico al mismo.



Interacción

- Buscar a las personas con más probabilidades de interactuar con el negocio, enviar mensajes o realizar acciones en tu anuncio o página.



Leads/ conversión

- Captar clientes potenciales para tu negocio o marca a través de mensajes, llamadas telefónicas o registros.



Canales Digitales

Acción de Valor

1 Genera las ideas

- Busca referencias de marcas y en tendencias digitales.
- Escribe las ideas, define los textos y secuencias
- Engagement: Busca construir una comunidad activa alrededor de la marca.

2 Pilares de contenido

Clasifica el contenido según tus objetivos:

- Educativo: Enfocado en informar, educar y resolver problemas del público objetivo.
- Conversión: Diseñado para generar conversiones y captar datos de contacto o ventas.
- Engagement: Busca construir una comunidad activa alrededor de la marca.
- Campaña desde cero que comunique algo en específico.

3 Haz calendario

- Define fechas de producción y diseño
- Establece fechas de entrega final
- Programa el contenido

Tips Importantes

Landing Pages móvil optimizada

- **Página única:** impacto visual, 1 CTA (“Donar ahora”), opciones de monto (micro-donaciones), opción de donar como “único” o “mensual”.
- **Muestra indicadores de impacto** (nº beneficiarios, fotos, breve historia) + sello de confianza (transparencia financiera, número de registro legal).

Activación de volunteering/donantes recurrentes:

Convertir donantes de una vez en recurrentes con emails y WhatsApp que muestren impacto mensual. Ofrece “membresías” pequeñas



Marketing de influencers

Hagamos alianzas con influencers

- 1** Investiga a cada uno para que tengan relación con la marca
- 2** Generan confianza
- 3** Usa microinfluencers
- 4** Mide sus resultados



Seamos intencionales

- ✓ Crea contenido que sea valioso para tu audiencia, pero que está directamente conectado con tu producto o servicio.
- ✓ De esta manera entienden tu forma de trabajar y conectan con tu enfoque y filosofía, así confían en ti.
- ✓ No hay nada de malo en crear contenido promocionando lo que vendes, pero no funcionará si es lo único que hacemos,

Analítica y toma de decisiones



¿Cómo puedo hacerlo?

1 Según métricas de nuestros objetivos puedes medir

Es importantes tener los KPI's definidos:

Alcance
Reproducciones
Seguidores
Clics
Conversiones
Engagement
Ventas

2 Utiliza informes de resultados de las plataformas

3 Optimiza para futuros resultados

Repite lo que te funcionó y replica las buenas prácticas de forma más creativa e innovadora.

Mejora lo que no está dando resultados.

