



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FCC

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Universidad Autónoma De Nuevo León
Facultad De Ciencias De La Comunicación

Ortiz Rodríguez María Reyna 1796238

Unidad de aprendizaje: Proyectos de mercadotecnia e innovación en hipermedios

Actividad 3 Plan Estratégico para el Marketing Digital de Contenidos

M.C. Carlos A. Rodríguez Salazar

Carrera: Licenciatura en Mercadotecnia y Gestión de la Imagen

Grupo: N32

Monterrey, N.L 05/ Marzo/ 2019

Índice

| | |
|---------------------------|----------|
| Introducción | 3 |
| Contenido | 4 |
| Conclusión | 6 |
| Bibliografía | 7 |

Introducción

Se plantea alcanzar los conocimientos necesarios acerca de cómo lograr un posicionamiento óptimo dentro de los medios digitales, a través de las herramientas que se nos proporcionen, las marcas hoy en día se están renovando en los medios de comunicación que desean aparecer, el internet es el medio mas fuerte en estos momentos, no tener ninguna presencia online podría llegar a provocar que nuestra marca sea considerada obsoleta y anticuada, e incluso estar perdiendo posibles clientes los cuales acuden al buscador de Google para encontrar lo que necesitan. Sin embargo, es importante tener precaución para los clientes antiguos no se sientan descuidados o sientan algún tipo de remplazo del cambio de medios tradicionales a los actuales.

Además, mediante algunas técnicas vistas dentro de este tema, podremos aprender de que forma lograremos ser de los primeros en aparecer frente a una pantalla al teclear alguna palabra similar a lo que nosotros estamos ofreciendo, es increíble como a través de una buena redacción y siendo muy específicos, podemos lograr tener gran presencia.

Contenido

Marketing digital

Primero es importante tener el conocimiento de lo que es el marketing digital, para así poder desarrollar con claridad los conceptos siguientes; este consiste en aplicar estrategias de comercialización a través de medio digitales, como lo son blogs, redes sociales, periódico electrónico, etc. En la actualidad gran parte de las técnicas utilizadas que no forman parte del mundo online, se están adaptando para poder entrar en este. El marketing online nos proporciona increíbles herramientas las cuales se convierten en ventajas, tales como la inmediatez y que podremos ser vistos en cualquier lugar, a todas horas, todos los días de año, ahorra dinero dependiendo de los recursos económicos con los que se cuente, así como la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. Los buscadores de Google es otra de las herramientas que podremos encontrar dentro del marketing online, podemos colocarnos en estos por medio de un posicionamiento natural de acuerdo con la relevancia que tenga lo que estamos publicando, así como por medio de enlaces patrocinados. Las redes sociales son una herramienta que nos permite mantenernos muy activos con nuestro publico y en contacto con este.

Hoy en día las empresas son más visibles cuando tienen presencia en medios digitales, lo cual provoca más conocimiento y trascendencia hacia los consumidores, el contacto con estos se vuelve más cercano, pues la comunicación se logra de forma más rápida y fácil, y el marketing online es una excelente opción para aquellas empresas que van comenzando, pues los costos son especialmente menores en comparación a los medios publicitarios tradicionales como la televisión, la radio o la prensa. Además, si se instala un apartado para comentarios de la empresa, esto es de gran ayuda, pues favorece cuando se quiere tener un conocimiento acerca de cómo mejorar dentro de la empresa.

Flujo, funcionalidad, feedback y fidelización, son las 4F's mencionadas por Paul Fleaming en su libro "Hablemos de mercadotecnia interactiva", que se consideran en la mercadotecnia del internet. El flujo es aquel que nos muestra la cantidad de

personas que están visitando nuestros medios, así como la interacción que tienen con las publicaciones. La funcionalidad consiste en crear y diseñar elementos atractivos dentro de la página para que el flujo siga teniendo el interés que lo llevo a visitarlas. El feedback es el momento donde el flujo tiene más interacción con la marca, pues existe una “retroalimentación” dentro de todo lo que se encuentra en línea, consiste en dialogar con el cliente para conocerlo mejor y construir una relación basada en sus necesidades para personalizar en función de esto la página después de cada contacto; además hoy en día tener un marketing de emociones, hacer sentir a los clientes parte de la marca y tomar en cuenta sus opiniones construye relaciones más sólidas con estos. Las comunidades son una forma de manifestar la fidelización a una marca, como lo hace Harley Davidson, realizando actividades para los clientes de sus productos.

El SEO (Search Engine Optimization), consiste en un conjunto de técnicas para poder lograr un posicionamiento en el buscador de Google, mediante palabras clave relacionadas con nuestra marca, además también es de gran ayuda para aumentar el volumen de los usuarios en el sitio web. En la actualidad el SEO es una parte sumamente importante al momento de realizar, modificar y mantener campañas en internet y sitios web, ya sea por motivos de querer darse a conocer, o querer tener más difusión, ya que, si este se realiza de la manera correcta, facilitara a los diferentes buscadores, la obtención de los datos de nuestra página.

Existe una técnica para posicionar un sitio web que desde mi punto de vista es la más importante, consiste en seleccionar de 10 a 15 palabras clave referentes al contenido que estamos compartiendo, ordenando estas de menor a mayor; la razón por la que considero esta la más importante, es que el SEO consiste básicamente en eso, colocar palabras en el buscador que nos ayuden a identificar con mayor facilidad lo que queremos encontrar. Dentro de los consejos para optimizar el sitio web, considero que lo más importante es todo lo referente a la homepage, es lo primero que ven los clientes, y con ello deciden si continuar viendo o simplemente se pierde el interés, actualizarla constantemente, con contenido relativo y que pueda ser de gran ayuda, proporcionando los datos precisos.

Conclusión

Existen un sinnúmero de herramientas que podemos utilizar para crear una fidelización con nuestra marca, a través de los medios digitales, grandes marcas ya están haciendo uso de ellas y no solo para relacionarse marca-cliente, sino también cliente-cliente, así pueden compartir sus experiencias entre ellos como lo logran a través de las comunidades de marca. La evolución del internet y las maravillosas herramientas que trae consigo, nos facilita muchas formas de comunicación, pero también el que nos encontremos en internet, hoy en día los consumidores y los clientes ya no se conforman con lo que la marca les dice de sí mismo, ellos comienzan a investigar para obtener información, a través de medios digitales, por lo tanto tener una presencia imponente y buena imagen dentro de ello, nos permite generar mejores impresiones.

Es importante también saber elegir a quienes administrarán nuestros medios digitales, alguien con experiencia y tenga amplio conocimiento acerca del tema, para que pueda lograr los objetivos planteados y deseados sobre nuestra marca, además de saber lograr esa conexión necesaria con los clientes para que estos se logren sentir parte de lo que se está realizando.

Bibliografía

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. La rentabilidad de la biblioteca en la web social. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2014. [Consulta 13-4-2015] <http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/125114>

Posicionamiento en buscadores (SEO). Barcelona: Instituto Internacional de Marketing, 2014

Técnicas de posicionamiento de páginas web: cursos. Madrid: Adams, D.L. 2013