

Checklist Marketing Digital

Conoce los principales puntos para mejorar tu presencia online

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital se basa en atraer a los clientes mediante distintos medios digitales. Para conseguir una **estrategia de Marketing Digital que triunfe**, tienes muchas opciones en las que puedes enfocarte, ya que no es siempre de una forma exacta, además que nuestro comportamiento en Internet va cambiando según las nuevas tecnologías van surgiendo.

El Marketing Digital puede ser complicado y ocupar mucho tiempo, que en una pequeña empresa puede que no tengas el tiempo ni los recursos para realizarlo ni para conocer hacia dónde debes enfocarte.

Desde KualitMedia te ofrecemos un listado de puntos importantes en los que debes prestar atención a la hora de mejorar tu presencia online.

LISTADO DE ACCIONES PARA EL MARKETING DIGITAL DE TU PROYECTO

1. PÁGINA WEB

Tu página web es el punto clave de tu estrategia de Marketing Online. Es la forma de representar tu negocio en Internet y donde puedes recibir visitas buscando información, captar usuarios interesados en tus productos y servicios, contactos, etc.

Para desarrollar una página web atractiva no tiene que invertir una gran cantidad de dinero. Solo necesitas tener claro ciertos puntos necesarios a la hora de definir tu web.

- ❑ **Representación de tu Marca.** Es importante que el mensaje que quieres comunicar con tu marca sea consistente, con los colores, el tipo de web así como los textos que ofreces.
- ❑ **Página Sobre Nosotros.** Esta página es una de las más interesantes de cara a atraer a futuros clientes.
- ❑ **Comienza un Blog.** Añadir un blog profesional con contenido interesante para tus clientes te hará mejorar la credibilidad y autoridad de tu marca.

- ❑ **Adaptada a Móviles.** Desde que el móvil comenzó a formar parte de nuestras vidas se ha hecho imprescindible y no tener la web adaptada para cualquier tipo de dispositivo da una imagen pobre de tu negocio.
- ❑ **Facilidad para compartir en Redes Sociales.** Quizás los usuarios que visitan tu web quieran compartirlo con sus amigos, contactos de Redes Sociales, enviar a contactos profesionales, etc. Poner botones para compartir les ayudará.
- ❑ **Implementar servicios de Analítica Web.** Porque tan importante es conseguir visitas como analizarlas para poder mejorar. Usar herramientas como Google Analytics te ayudará a observar cómo puedes potenciar tu web.

2. MARKETING DE CONTENIDOS

Una de las frases más compartidas sobre Marketing Online es “El Contenido es el Rey” y así es ya que podemos tener la web más vistosa o los perfiles de Redes Sociales, pero sin un contenido que transmita algo al usuario, no conseguimos nada.

- ❑ **Crea un Calendario de Contenidos.** Para evitar perder tiempo a la hora de crear contenido, es muy importante plasmarlo en un calendario de contenido para seguir unas guías de creación y distribución.
- ❑ **Comparte contenidos en Redes Sociales.** Tu contenido tiene que ser mostrado a la mayor cantidad de público interesado que sea posible. Por ello es importante que sea compartido por nosotros en Redes Sociales y buscar que los usuarios interactúen con él.
- ❑ **Impulsa tu contenido.** Existen muchas formas de hacerlo mediante series de artículos, ebooks, lista de episodios o videos relacionados, etc.
- ❑ **Interactúa con otros creadores de contenido.** Es importante ofrecer a otros creadores de contenidos e interactuar con ellos de cara a futuras relaciones. Comenta otros blogs, interactúa en Redes Sociales, ofrece Guest Posting, etc.

3. REDES SOCIALES

Sin duda las Redes Sociales han marcado un antes y un después a la hora de relacionarnos. Para las marcas nos da la opción de comunicarnos con usuarios interesados en temas relacionados con nuestros productos y servicios, por lo tanto, es muy interesante tener claro nuestros objetivos.

- ❑ **Empieza por una.** No trates de estar en todas las Redes Sociales a la vez. Focaliza en una o dos por encima del resto con el fin de ahorrar tiempo.
- ❑ **Registra tu marca en todas las plataformas.** Registrar el nombre de tu negocio en las Redes Sociales harán que nadie más pueda usarlas, por ello es interesante, tenerlas en tu mano.
- ❑ **Se consistente.** Tus perfiles tienen que mostrar tu imagen de marca al igual que todos tienen que ser identificables como de la misma marca. Si los textos de tu web son en un tono, mantén el mismo tono en tus redes, adaptándote a la comunicación en ellas. Si tienes perfil en varias, todo usuario tiene que tener claro que son de la misma empresa, no que parezcan diferentes.
- ❑ **Interactúa y mantén conversaciones con los usuarios.** La clave de las Redes Sociales es socializar. Comparte, interactúa y comenta para tener más visibilidad.
- ❑ **Crea un calendario de Contenido Social.** Esto hará que consigas ahorrar tiempo y tener claro qué has publicado en cada una de ellas.
- ❑ **Analiza las métricas.** Comprueba qué funciona mejor, a qué hora, qué tipo de publicación, etc.

4. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES (SEO)

El SEO es uno de los principales puntos a la hora de nuestra estrategia de Marketing Digital. Su valor es posicionarnos lo mejor posible de cara a Google y el resto de buscadores, para conseguir que los usuarios cuando busquen sobre la temática en la que está relacionada nuestra empresa, seamos visibles.

- ❑ **Analiza tu posicionamiento, el posicionamiento de tus competidores y el sector.** Antes de empezar a definir una estrategia, evalúa cómo es tu sector, los usuarios interesados, tus clientes y el posicionamiento de tu web.
- ❑ **Elige las Palabras Clave.** Porque no todos los usuarios están en la misma situación, busca palabras clave relacionadas con sus inquietudes y problemas en distintos momentos del Customer Journey.
- ❑ **Apóyate en Herramientas SEO.** Utiliza herramientas SEO, ya sean gratuitas como de pago, que te ayuden a optimizar tu contenido. Elige las más relevantes para tus necesidades.
- ❑ **Analiza los enlaces de tu web y tu competencia.** Porque los enlaces siguen siendo importantes, analiza los que tienen tu competencia en páginas similares a la tuya para ver cómo puedes mejorar el linkbuilding de tu página.
- ❑ **Recopila y analiza la información.** En SEO es muy importante recopilar datos, trabajarlos y en base a ello seguir el camino para aumentar tu visibilidad en Google.

5. PUBLICIDAD

La publicidad en Internet es una forma muy eficiente de conseguir personas interesadas en nuestros productos o servicios de forma más rápida que mediante Redes Sociales o Posicionamiento Web de forma orgánica. Por eso es muy interesante plantearse esta estrategia.

- ❑ **Analiza los usuarios así como los objetivos de tu campaña.** Es clave conocer tanto los usuarios que queremos atraer como los objetivos que queremos alcanzar con la campaña. Y esto es muy importante ya que en publicidad una mala elección del público, así como establecer mal los objetivos nos costará una inversión en publicidad.
- ❑ **Selecciona la plataforma adecuada.** Porque no todas las plataformas son iguales y cada una una tiene sus puntos fuertes y débiles. Tenemos muchas formas de invertir como Google Ads, Facebook Ads, Bing Ads, Twitter Ads, plataformas de Media Buying, etc.
- ❑ **Configura los eventos y píxeles de conversión.** Para decirle a la plataforma si estás cumpliendo los objetivos o no y optimizar las campañas, es necesario saber si funcionan correctamente y esto lo haremos a través del píxel de conversión.
- ❑ **Elige el tipo de campaña.** Cada una de las plataformas tiene campañas muy diferentes. Por ejemplo en Google Ads, para productos nos interesa Google Shopping, pero quizás para un servicio local es mejor Red de Búsqueda, así como a usuarios que ya han visitado nuestra web, una campaña de Remarketing puede ser eficiente.
- ❑ **Segmentación.** El público al que podemos llegar es muy amplio y en situaciones diferentes. Por eso es clave focalizar en el público que nos interesa, a las horas que más probabilidades tienen de cumplir nuestros objetivos, con móvil o PC según nuestra web, etc.

6. EMAIL MARKETING

El Email Marketing es una de las estrategias de Marketing que nos dan la oportunidad de comunicarnos con los clientes y la posibilidad de hacerlo por un precio muy bajo. Por ello una lista de correo de calidad hará que merezca la pena a nivel de ROI y nivel de horas y esfuerzo dedicado.

- ❑ **Elige la plataforma de mailing adecuada.** Existen infinidad de plataformas, por ello es interesante elegir la que según tus necesidades y el precio sea adecuada para ti. En algunas tendrás más opciones de cara a la definición de las audiencias, así como en otras te ayudarán con el diseño de los correos electrónicos.
- ❑ **Crea una plantilla para tu newsletter.** Dedícale un tiempo a conseguir un diseño para tu lista de correo adecuado.
- ❑ **Promociona tu Newsletter.** Es importante que tu lista de correo vaya en aumento y siendo seguida por los usuarios. Por eso al promocionarla conseguirás que tenga más visibilidad y conseguir tus objetivos de forma más rápida.
- ❑ **Recopila estadísticas y analízalas.** Al igual que con otras estrategias, analizar las estadísticas de envíos, aperturas, clics, desinstalaciones, etc son clave para entender qué funciona y lo que necesitas mejorar.

CONCLUSIÓN

Conseguir una campaña exitosa de Marketing Online se basa más en definir unas pautas y mantenerse haciéndola crecer que en “trucos” para conseguir objetivos en 2 días. Por eso es importante mantener una lista de acciones que nos ayudarán a enfocarnos en nuestra estrategia.