



CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA *DE MARKETING DIGITAL*

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

Una estrategia de marketing digital se refiere a la secuencia de pasos que un negocio debe realizar para lograr los objetivos definidos, usando intensivamente los medios online.

La base de la estrategia digital, es entonces la creación y difusión de contenidos de alto valor, a través de páginas web, las redes sociales, youtube, correos electrónicos corporativos, whatsapp empresarial y chat bot.

01

CREA TUS BUYER PERSONA

Conocer tu buyer persona no solo es útil para el marketing digital.

Debes saber a quién te diriges y qué tipo de contenido de valor brindarle.

Para crearlos debes realizar investigaciones, encuestas y entrevistas a tu audiencia objetivo.



01

CREA TUS BUYER PERSONA

Al crear tu buyer persona debes tener en cuenta datos sociodemográficos concretos e información sobre aspectos como su conducta online, personal y profesional.

Debes llegar a identificar su "punto de dolor", que se refiere a una necesidad, motivación o preocupación y que pueda ser solucionada con tus productos (bien o servicio).



01

*CREA TUS
BUYER
PERSONA*

**Descarga aquí tu
plantilla para crear
tu buyer persona**



02

OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL

Tu negocio deberá tener unos objetivos estratégicos (impacto de largo plazo y sostenibles). Tus objetivos de marketing digital, deben ayudar a lograr los objetivos estratégicos.

Tus objetivos deben ser desarrollados bajo la metodología SMART



02

*OBJETIVOS
DE
MARKETING
DIGITAL*

Descarga aquí una
presentación sobre
la metodología

SMART



03

EVALÚA TUS CANALES Y MATERIALES DE MARKETING DIGITAL

Realiza un minucioso análisis de todo lo que dispones concerniente a Marketing Digital:

Medios de tu propiedad

Medios ganados

Medios pagados



03

EVALÚA TUS CANALES Y MATERIALES DE MARKETING DIGITAL

Medios de tu propiedad

Tu página web, tu página de facebook, tu perfil de empresa en instagram, fotografías e imágenes desarrolladas.



03

EVALÚA TUS CANALES Y MATERIALES DE MARKETING DIGITAL



Medios ganados

Se refiere al reconocimiento que tu negocio ha obtenido producto de las estrategias de Marketing Digital que hayas aplicado, por ejemplo las recomendaciones boca a boca.

03

EVALÚA TUS CANALES Y MATERIALES DE MARKETING DIGITAL

Medios pagados

Principalmente está referidos a los anuncios de pago que has realizado a través de Google Ads o Facebook Ads.



04

HAZ UNA AUDITORÍA DE TUS MEDIOS PROPIOS

Tu principal medio propio es el contenido de valor que hayas generado a través de tus distintos canales digitales.

Analiza el rendimiento que ha tenido tu contenido y clasifícalos de mayor a menor relacionándolos a cada objetivo de Marketing Digital que hayas establecido.



04

HAZ UNA AUDITORÍA DE TUS MEDIOS PROPIOS

Refuerza lo que ha venido funcionando bien y encuentra oportunidades de mejorar en lo que no ha funcionado como lo esperabas.

Recuerda que tu contenido debe estar alineado con tus buyer persona.



05

ELABORA UN PLAN DE CREACIÓN DE CONTENIDOS

Según las oportunidades de mejora que hayas identificado en el punto 04, elabora un plan para la creación de contenidos de valor que te permitirán lograr tus objetivos.

Aquí valdría la pena que evalúes el tercerizar la actividad de la creación de contenido. En más clientes te podemos ayudar.



CONCLUSIÓN

"Tras llevar a cabo los procesos de planificación e investigación tendrás una buena visión sobre los elementos que formarán parte de tu estrategia de marketing digital."