



Universidad  
de Alicante



# **Optimiza el uso de Internet en la empresa. Crea una tienda online**

Herramientas y plataformas de promoción online



**Noel Carrión López**

**noelcarrion.com**

**@noelcarrion**

Mutante digital, geek y blogger  
Formador sobre Redes Sociales  
Social Media Manager en @cmua

## **1. Herramientas de promoción online**

1. Fases del Plan de Marketing Online
2. Fases del Mix de Marketing Online:
  1. Atraer visitas a la tienda online
  2. Conversión de visitantes a clientes
  3. Conversión de clientes a prescriptores

## **2. Redes sociales que permiten contacto con clientes y promoción**

1. ¿Para qué nos pueden servir las RRSS?
2. Plan de Marketing en RRSS:
  1. Facebook
  2. Twitter
  3. Youtube

## **3. Plataformas para realizar publicidad y promoción**

1. Google AdWords
2. Facebook Ads
3. Twitter Ads

# Herramientas de promoción online:

**Anuncios en web** (Banners, Layers, Anuncios en portales y webs)

**Campañas pago por click (CPC) y por mil impresiones (CPM):** AdWords, Adsense, Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads...

**Email marketing (Campañas, boletines y newsletter):** Mailchimp, Benchmark Email, Aweber...

**Marketing de contenidos:** Blog corporativo, descarga de pdfs, tutoriales, vídeo marketing...

# Herramientas de promoción online:

## **FASES DEL PLAN DE MARKETING ONLINE**

1. Definición de objetivos
2. Definición del público objetivo (target)
3. Análisis del sector y los competidores
4. Creación de activos digitales: tienda online, web, blog, perfiles RRSS
5. Analítica web e informes de RRSS
6. Plan para captar tráfico hacia la web
7. Plan para convertir el tráfico web en clientes
8. Plan para convertir clientes en prescriptores

# Herramientas de promoción online:

## **FASES DEL MIX DE MARKETING ONLINE:**

### **FASE 1. Atraer vistas a la tienda online:**

Anuncios en webs

Email marketing

Campañas CPC y CPM

Posicionamiento en buscadores (SEO)

### **FASE 2. Conversión de visitantes a clientes:**

Analítica web

Usabilidad

Test A/B

### **FASE 3. Conversión de clientes a prescriptores:**

Marketing viral

Redes sociales

# Redes sociales que permiten contacto con clientes y promoción:

## **¿Para que nos pueden servir las RRSS?**

1. Obtener visitas en la tienda online.
2. Convertir visitantes en clientes.
3. Fidelizar a los clientes.
4. Obtener las opiniones y feedback para corregir o mejorar.

## **Plan de marketing en RRSS**

1. Escuchar lo que se dice de nuestra marca y productos.
2. Participar en la conversación de forma natural y aportando valor o información valiosa.
3. Medir el impacto y la difusión de opiniones, conversaciones, etc..

# Redes sociales que permiten contacto con clientes y promoción:

## FACEBOOK

1. Crea y personaliza una página de empresa o Fanpage.
2. Crea grupos para diferentes segmentos de clientes.
3. Instala aplicaciones para concursos y promociones.
4. Enlaza tu blog con tu página de Facebook.
5. Crea contenidos exclusivos y enfocados a esa red social.
6. Promociona publicaciones e historias patrocinadas.
7. Sugiere, motiva y convence para que te sigan en Facebook.
8. Promociona tu página en un lugar visible de tu blog-web.
9. Crea campañas de anuncios en Facebook Ads.

# Redes sociales que permiten contacto con clientes y promoción:

## TWITTER

1. Crea y personaliza un perfil de empresa.
2. Establece una red de contactos online.
3. Publica contenidos para ganar seguidores: enlaces, concursos, RTs.
4. Sigue a los que te sigan, para tener un canal privado por DM.
5. Monitoriza a tu marca y a los competidores.
6. Realiza escucha activa para descubrir nuevos clientes.

# Redes sociales que permiten contacto con clientes y promoción:

## YOUTUBE

1. Youtube es el segundo buscador en Internet.
2. Crea y personaliza tu canal de Youtube.
3. Crea contenido útil y de valor para tu comunidad.
4. Crea contenido viral, que se expandirá por la red.
5. Los video educativos (¿Cómo hacer...?) funcionan muy bien.
6. Promociona en lugar visible de tu web-blog el enlace a tu canal.

# Plataformas para realizar la publicidad y promoción:

## Google AdWords

1. Plataforma más popular y conocida.
2. Basada en las palabras que usan los usuarios para buscar en la web.
3. Sistema de puja para las palabras clave de la campaña.
4. Podemos crear y administrar campañas de CPC, CPM y Banners.
5. Es fácil crear las campañas y un poco más complicado optimizarlas.
6. El ROI depende de la competencia existente para las palabras clave elegidas.

# Plataformas para realizar la publicidad y promoción:

## Facebook Ads

1. Plataforma menos conocida, pero con muchas posibilidades.
2. Basada en la super segmentación que le damos a Facebook como usuarios.
3. Los anuncios son una mezcla de imagen, texto y enlace url.
4. Podemos crear campañas a la medida de nuestro target y presupuesto.
5. Tipos de anuncios:
  1. **Publicidad hacia webs externas a Facebook.**
  2. **Páginas, eventos, encuestas y aplicaciones creados en Facebook.**
  3. **Historias y publicaciones patrocinadas.**
6. Es muy fácil crear campañas, administrarlas y optimizarlas.
7. El ROI depende del diseño, la segmentación y las combinaciones de anuncios.

# Plataformas para realizar la publicidad y promoción:

## Twitter Ads

1. Es la última en aparecer en la escena online y exclusiva para empresas.
2. También está basada en la segmentación de usuarios que ofrece Twitter.
3. Tipos de publicidad:
  - 1. Tweets promocionados.**
  - 2. Sugerencias de usuarios a seguir.**
  - 3. Tema promocionado.**
  - 4. Búsquedas promocionadas.**
4. Es sencillo crear campañas, administrarlas y optimizarlas.
5. Buen panel de estadísticas exclusivas de la cuenta.
6. El ROI es muy bueno, a pesar del presupuesto de entrada: 25.000 euros

Advertising



Muchas gracias por  
vuestra atención  
:))

# Síguenos en las redes:



@cmua



Cursoscommunitymanager.cmua



#CMUA Community Manager en Español



[www.cmuaformacion.com](http://www.cmuaformacion.com)



966 305 665