

Marketing digital y posicionamiento SEO y SEM



Índice de contenidos de la sesión

1

Estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y el tráfico en línea

2

Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google

3

Publicidad en línea y campañas de pago por clic (SEM) para atraer clientes potenciales

4

Uso de estrategias de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance

1. Estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y el tráfico en línea

En un mundo donde la **visibilidad** es clave para el éxito empresarial, las estrategias tradicionales como el boca a boca y la publicidad convencional siguen siendo efectivas, pero en la era digital, estas tácticas necesitan un aliado más **eficaz**.

Las **estrategias de marketing digital**, permiten llevar la presencia en línea de las empresas al siguiente nivel y destacar en un entorno altamente **competitivo**.

Contexto actual

En el escenario actual, la publicidad en línea se ha consolidado como una herramienta esencial para llegar a un público más amplio de manera eficiente y económica. Sin embargo, en un mundo digital en constante evolución, el éxito va más allá de simplemente estar presente en la web.

Tráfico web

El tráfico web se ha erigido como uno de los pilares fundamentales para el crecimiento empresarial en línea. En este contexto, el Posicionamiento SEO y SEM se convierten en la brújula que guía a las empresas hacia el éxito.

Interacciones de calidad

No se trata solo de la cantidad de visitas al sitio web, sino de la calidad y relevancia de esas interacciones. El posicionamiento SEO, permite atraer al público objetivo de manera precisa y fomentar interacciones genuinas que se traduzcan en conversiones, ventas y fidelización de clientes.

1. Estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y el tráfico en línea

El marketing digital, también llamado marketing en línea, es la promoción de las marcas para conectar con posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital.

Marketing de contenido



Trata de compartir información que ayude a nuestro público objetivo a educarse sobre su problema y sus diferentes soluciones para que posteriormente se decida a comprar.

Email marketing



Es una estrategia de comunicación que utiliza el correo electrónico para establecer una relación directa con cada prospecto o cliente dentro de una base de datos. Podemos considerarla como una estrategia integral para tu marca, pues a través de ella no solo adquieres clientes.

Redes sociales



Se refiere a todas las estrategias que puedes realizar a través de las redes sociales con el fin de promover tu marca. El marketing en redes sociales puede tener diferentes objetivos y es un medio para estar más cerca de tu audiencia.

Marketing en buscadores (SEO y SEM)



El marketing de buscadores es el conjunto de técnicas utilizadas para mejorar el posicionamiento de una página web, usando para ello tanto métodos naturales u orgánicos como métodos de pago.

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google

El SEO (Search Engine Optimization) es una estrategia fundamental para **aumentar el tráfico web** de forma orgánica y mejorar la visibilidad de tu sitio en los motores de búsqueda.

Significa Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de **estrategias y técnicas de optimización** que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube.

Para crear nuevas páginas web o para optimizar las existentes es importante tener en cuenta las reglas del SEO, que nos permiten ascender posiciones en los buscadores para obtener más visibilidad.

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google



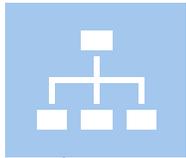
2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google



Uso de palabras clave relevantes y de calidad

- 1 Realizar una investigación exhaustiva de palabras clave relacionadas con la industria y nicho de mercado objetivo
- 2 Identificar aquellas palabras y frases que son más utilizadas por el público objetivo al buscar información en línea
- 3 Incorporar estas palabras clave de manera natural en el contenido del sitio web, incluyendo títulos, encabezados, párrafos y metaetiquetas

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google



Mejora de la estructura y velocidad del sitio web

- 1 Un sitio web bien estructurado y de carga rápida es fundamental para mejorar la experiencia del usuario y el posicionamiento en los motores de búsqueda
- 2 Asegurar de que el sitio web tenga una navegación clara y sencilla, con enlaces internos que permitan a los usuarios moverse fácilmente entre las diferentes páginas
- 3 Optimizar las imágenes y archivos multimedia para reducir el tiempo de carga y utilizar herramientas de compresión si es necesario

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google



Creación de contenido atractivo y valioso para los usuarios

1

El contenido de calidad es la base del SEO exitoso

2

Crear contenido relevante, informativo y útil para la audiencia. Esto incluye artículos de blog, guías, tutoriales, casos de estudio, infografías y cualquier otro formato que sea relevante para el nicho de mercado que sea objetivo del negocio

3

Utilizar palabras clave estratégicamente en el contenido, pero siempre evitando el contenido de «relleno», ya que puede ser penalizado por Google.

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google



Optimización de meta etiquetas y descripciones

1

Las metaetiquetas, como el título y la descripción de cada página, desempeñan un papel crucial en el SEO

2

Asegurar de que cada página del sitio web tenga un título único y descriptivo, que incluya palabras clave relevantes

3

Crear descripciones atractivas y convincentes que animen a los usuarios a hacer clic en los resultados de búsqueda

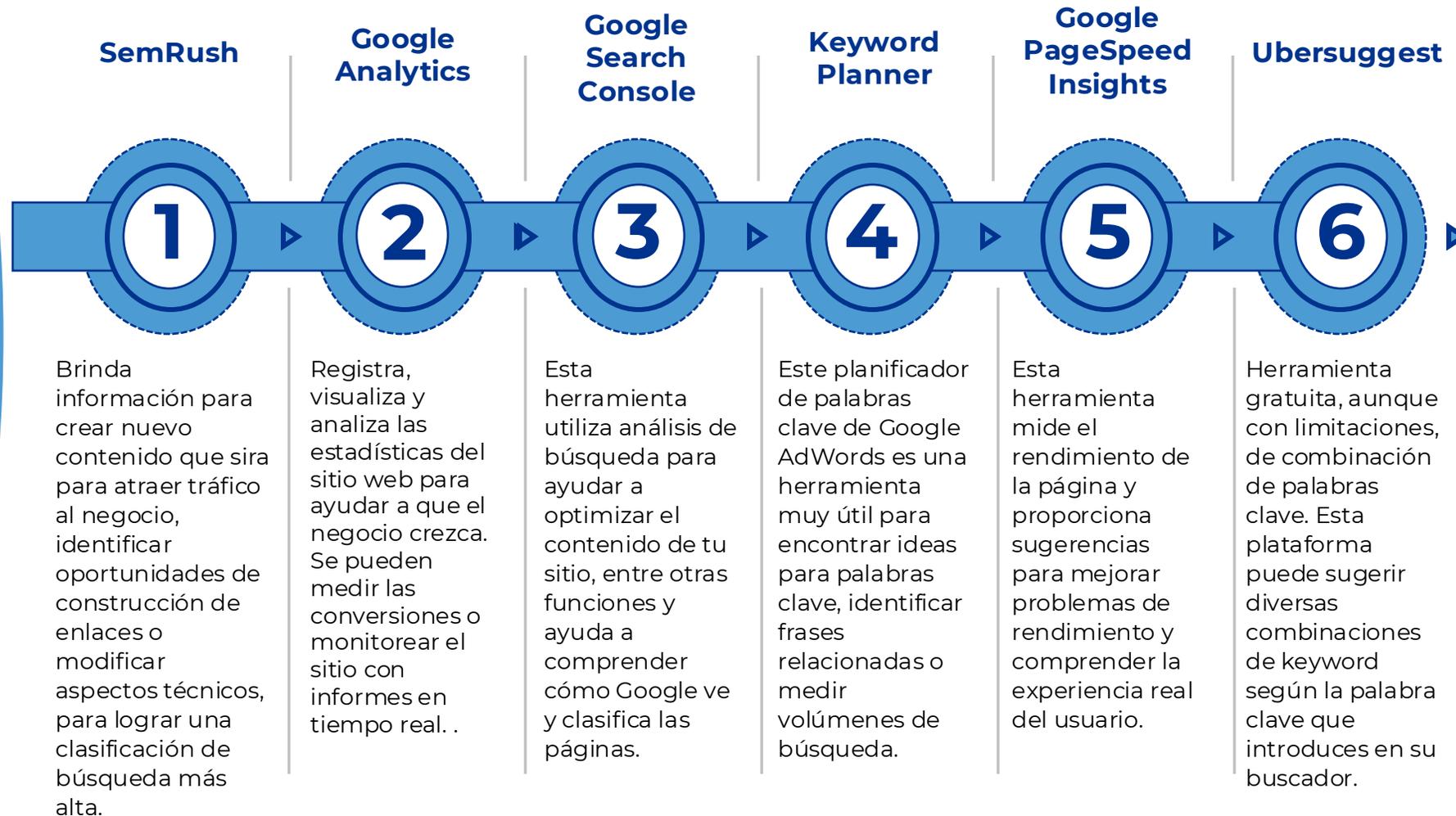
2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google

Consejos adicionales para mejorar el SEO de una empresa:

- 1 Conocer a los usuarios
- 2 Crear y utilizar un blog en la página web
- 3 Profundizar en redes sociales
- 4 Creación de iniciativas conjuntas con otras marcas
- 5 Respetar el branding como herramienta SEO
- 6 Contenido propio: vídeos e imágenes
- 7 Dejar que los usuarios y clientes te ayuden
- 8 Pensar bien el dominio
- 9 Trabaja tu marca personal
- 10 Balance entre cantidad y calidad en las publicaciones

2. Optimización para motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento en Google

Herramientas para mejorar el posicionamiento SEO



3. Publicidad en línea y campañas de pago por clic (SEM) para atraer clientes potenciales

Search Engine Marketing (SEM), es una forma de marketing en Internet que se utiliza para obtener tráfico hacia un sitio web, a través de la compra de anuncios en los distintos motores de búsqueda, bien apareciendo en forma de anuncio en los primeros puestos de las SERPs (resultados que muestra una página del buscador) o insertando la publicidad en un espacio destinado para ello dentro de una web.

Una campaña SEM es una estrategia publicitaria que consiste en generar anuncios en buscadores como Google con el fin de posicionarnos en las primeras posiciones de resultados, todo ello a través de las búsquedas de los usuarios. En España, el buscador más importante y utilizado es Google.

3. Publicidad en línea y campañas de pago por clic (SEM) para atraer clientes potenciales

Diferencias entre SEO y SEM

SEO

Se centra en mejorar la posición de una página web a nivel orgánico o de forma natural en los resultados de búsqueda

En los resultados orgánicos de búsqueda no existe ninguna etiqueta y se muestran justo después de los anuncios de pago.

SEM

Se basa en campañas de publicidad mediante anuncios de pago en las páginas de resultados.

Los resultados de pago se muestran bajo la etiqueta “Patrocinado” o “Anuncio”.

3. Publicidad en línea y campañas de pago por clic (SEM) para atraer clientes potenciales

A continuación, veremos algunas de las herramientas digitales más utilizadas para aumentar el tráfico en tu sitio web a través de publicidad de pago.

Google Adwords

Una herramienta de enlaces patrocinados que sirve para dar a conocer el negocio, producto o servicio, atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas.

Los anuncios de Google pueden mostrarse en distintos lugares como los sitios de Google, webs de asociados o aplicaciones móviles. La red de Google se divide en grupos donde se mostrarán los anuncios según las preferencias del anunciante.

- La red de búsqueda: las páginas de resultados, Google Maps o Google Shopping, por ejemplo.
- La red de display: sitios web de Google como YouTube, Blogger y Gmail, además de miles de sitios web asociados.

Esta publicidad además de ser efectiva es económica y tiene la ventaja de tener el control sobre el presupuesto para no gastar más de lo deseado.

3. Publicidad en línea y campañas de pago por clic (SEM) para atraer clientes potenciales

Facebook e Instagram Ads

A través de estas plataformas puedes colocar anuncios publicitarios en formato de imagen y video para impulsar tus publicaciones, promover tu página, enviar personas a tu sitio web y aumentar las conversiones.

Get Fluence

Esta herramienta ofrece a los anunciantes la oportunidad de aumentar su influencia, notoriedad y visibilidad en Internet, mediante la publicación de artículos patrocinados en los medios de prensa digital más influyentes.

El contenido patrocinado forma parte del marketing de influencia y consiste en publicar contenido de valor en medios de comunicación de renombre en tu sector para llegar a un target calificado.

Esta técnica permite construir una imagen de marca fuerte y crear vínculos con los clientes a través de un contenido de calidad.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance

Como se mencionó previamente, el marketing de contenido trata de compartir información que ayude a nuestro público objetivo a educarse sobre su problema y sus diferentes soluciones para que posteriormente se decida a comprar.

Una estrategia de contenido sólida es clave para atraer y retener a los visitantes en tu sitio web, así como para aumentar el tráfico de forma constante.

En esta sección, se estudiarán tácticas para desarrollar una estrategia de contenidos efectiva y, por otro lado, se otorgarán pautas para desarrollar un marketing a través de influencers en redes sociales para ampliar el alcance de las campañas de marketing digital que sean efectuadas.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance

A continuación, se muestran **pautas** para desarrollar una **estrategia de contenidos efectiva**:

Realiza una investigación de mercado y definición de objetivos claros

Es fundamental comprender a la audiencia y sus necesidades. Se ha realizar una investigación exhaustiva para identificar los intereses, deseos y desafíos del público objetivo. Basado en esto, se ha de establecer objetivos claros para la estrategia, ya sea aumentar la visibilidad de la marca, educar a tu audiencia o generar leads.

Creación de contenido relevante y de alta calidad

El contenido debe ser relevante para la audiencia y otorgar valor. Las ideas de contenido han de abordar las preguntas y problemas comunes del buyer persona. Se ha de emplear diferentes formatos, como blogs, videos, infografías, podcasts, etc., para diversificar el contenido y alcanzar a diferentes tipos de usuarios.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance

Pensar la distribución y promoción estratégica

No basta con crear contenido de calidad, también éste debe llegar a la audiencia. Para ello, se ha de proporcionar contenido a través de diferentes canales, como redes sociales, correo electrónico, colaboraciones con otros sitios web o influencers, y aprovechar plataformas de distribución de contenido.

Promover la interacción y participación con los usuarios

Fomentar la interacción con la audiencia a través del contenido. Para ello, se ha de responder los comentarios en las publicaciones y animar a los usuarios a compartir sus opiniones y experiencias. Además, se ha de considerar la inclusión de llamadas a la acción (CTA) en el contenido para que los usuarios realicen acciones específicas, como suscribirse a tu lista de correo, descargar un recurso o realizar una compra.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance

Analizar y optimizar de forma continua

- Utilizar herramientas de análisis web para medir el rendimiento del contenido. Evaluar métricas como el tráfico generado, el tiempo de permanencia en la página y la tasa de rebote para comprender qué tipo de contenido funciona mejor para la audiencia. A partir de estos datos, se llevarán a cabo los ajustes y optimizaciones en la estrategia de contenido para maximizar los resultados.

Es importante recordar que la consistencia y la calidad son fundamentales en una estrategia de contenido exitosa.

Publicar regularmente y mantener un alto estándar de calidad en el contenido servirá para construir una audiencia leal y atraer más tráfico al sitio web de la empresa.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance



Identificación de influencers relevantes

Investigar influenciadores que sean relevantes para la industria y que tengan una audiencia alineada con los objetivos del negocio y el público objetivo que interesa. Se ha de buscar aquellos que tengan una buena reputación, una base de seguidores comprometida y cuyos valores estén en sintonía con los de la marca.



Establecer relaciones con los influencers

Una vez que se hayan identificado a los influencers, se ha de trabajar en crear relaciones sólidas con ellos. Seguir sus cuentas en las redes sociales, interactuar con su contenido, comentar en sus publicaciones y compartir su contenido de más valor. Esto ayudará a captar su atención y a construir una relación genuina antes de solicitar su colaboración.



Promover colaboraciones estratégicas

Proponer colaboraciones estratégicas, como reseñas de productos, menciones en publicaciones, participación en webinars conjuntos o invitaciones a eventos. Consegir de que las colaboraciones sean beneficiosas tanto para el influencer como para la marca, y que brinden valor a la audiencia compartida entre ambos.

4. Uso de estrategia de contenido y marketing de influencers para ampliar el alcance



Usar contenido generado por los usuarios

Motivar a los seguidores y clientes satisfechos a crear y compartir contenido relacionado con la marca. Esto puede incluir reseñas, testimonios, fotos o videos de ellos utilizando los productos o servicios. El contenido generado por los usuarios es una forma poderosa de influencia social, que ayuda a generar confianza y atraer tráfico a la web.



Medir el impacto y resultados

Medir el impacto de tus colaboraciones con influencers. Evaluar métricas como el alcance, el compromiso y el tráfico generado a través de sus publicaciones y enlaces de afiliados. Esto permitirá evaluar la efectividad de los esfuerzos de marketing de influencia y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.

El marketing de influencia puede ayudar a llegar a una audiencia más amplia y atraer tráfico de calidad a al sitio web. Esto se logra aprovechando la credibilidad y el alcance de los influencers para construir relaciones auténticas con la audiencia, ya que ellos mismos hacen de embajadores de la marca. Esto permite obtener resultados significativos en términos de tráfico y conversiones en los sitios web de los negocios.

