

10 PASOS PARA CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING "EN DIGITAL"

Juan Luis González, Profesor de ESIC.  @juanluglez

1 Marca y Objetivos

- > Define las metas a medio y largo plazo que quieres alcanzar.
- > Marca unos objetivos bajo la premisa SMART (Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Time-Bound).



2 Identifica quiénes son tus Clientes

- > Define tu "cliente ideal" o "cliente tipo" a través de un concepto fundamental del Inbound Marketing: Buyer Persona*.



3 Determina quiénes son tus competidores

- > Tener un marco de referencia sobre el que basar tu oferta de valor.
- > Buscar puntos fuertes, débiles y diferenciadores.



4 Construye un equipo

- > Busca, selecciona, entrena, prepara, forma y asigna a cada miembro del equipo para aquellas funciones claves que te permitan conseguir el éxito.
- > Los equipos deben ser capaces de desarrollar una forma propia de trabajar y en la que mejor resultados ofrezcan.



5 Comienza por el Posicionamiento Online

- > Para tener éxito necesitamos un profundo conocimiento de cómo funcionan los motores de posicionamiento.
- > **SEO y SEM:** define ambas estrategias en base a un presupuesto.



6 Marketing de Contenidos

- > Contenido útil y atractivo para el "usuario, cliente, potenciales clientes", que nos permita alcanzar un amplio rango de audiencia con un impacto positivo y duradero.



7 Social Media Marketing (SMM)

- > Aprovecha el poder real del SMM, la fuerza del medio para extender el contenido, el alcance del mismo y su poder de influencia.
- Recuerda:** puede convertirse en la palanca que mejor te posiciona frente a tus competidores.



8 Email Marketing

- > Construye una lista y diseña un calendario de envíos que generen seguidores y suscriptores, en el largo plazo ganarás en penetración.
- Recuerda:** sin una buena base de datos esto no sirve de nada. Hasta lo más útil se vuelve inútil en las manos de quien no lo necesita.



9 Mobile Marketing

- > Tu estrategia de marketing debe contar con una clara visión general de todos los medios posibles, pero no olvides el enfoque Mobile, que ocurre en un móvil.



10 Affiliate Marketing

- > El marketing de afiliación puede ayudar a construir una marca o incrementar su visibilidad si se hace lo correcto y no requiere de una gran inversión inicial.
- > Te permite llegar a muchos usuarios, segmentar la audiencia y dirigirse a un público más interesante, aumentando el ratio de clics/visitas.



*Buyer Persona: representación semi-ficticia de nuestro consumidor final (o potencial) construida a partir de su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.