



Continental
University of
Florida

MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES

DOCENTE: ALICIA GONZÁLES

MÓDULO 1

¿Cuáles son mis beneficios como marca o servicio? ¿Para qué somos buenos?



¿Cómo conocer a mi cliente ideal?

Métodos para
conocer lo que
quiere mi audiencia.

Busca en google

Realiza una
encuesta

Investiga en el
mercado

Chequea las
cuentas de
Instagram

Ver comentarios de
YouTube

Lee blogs

Escucha podcast



¿Cómo generar sostenibilidad en redes sociales?



Taller 1

Instrucciones:

Escribir en un papel 3 beneficios de la marca, y hacer un video de los socio o tú mismo contando estos beneficios a tu comunidad.



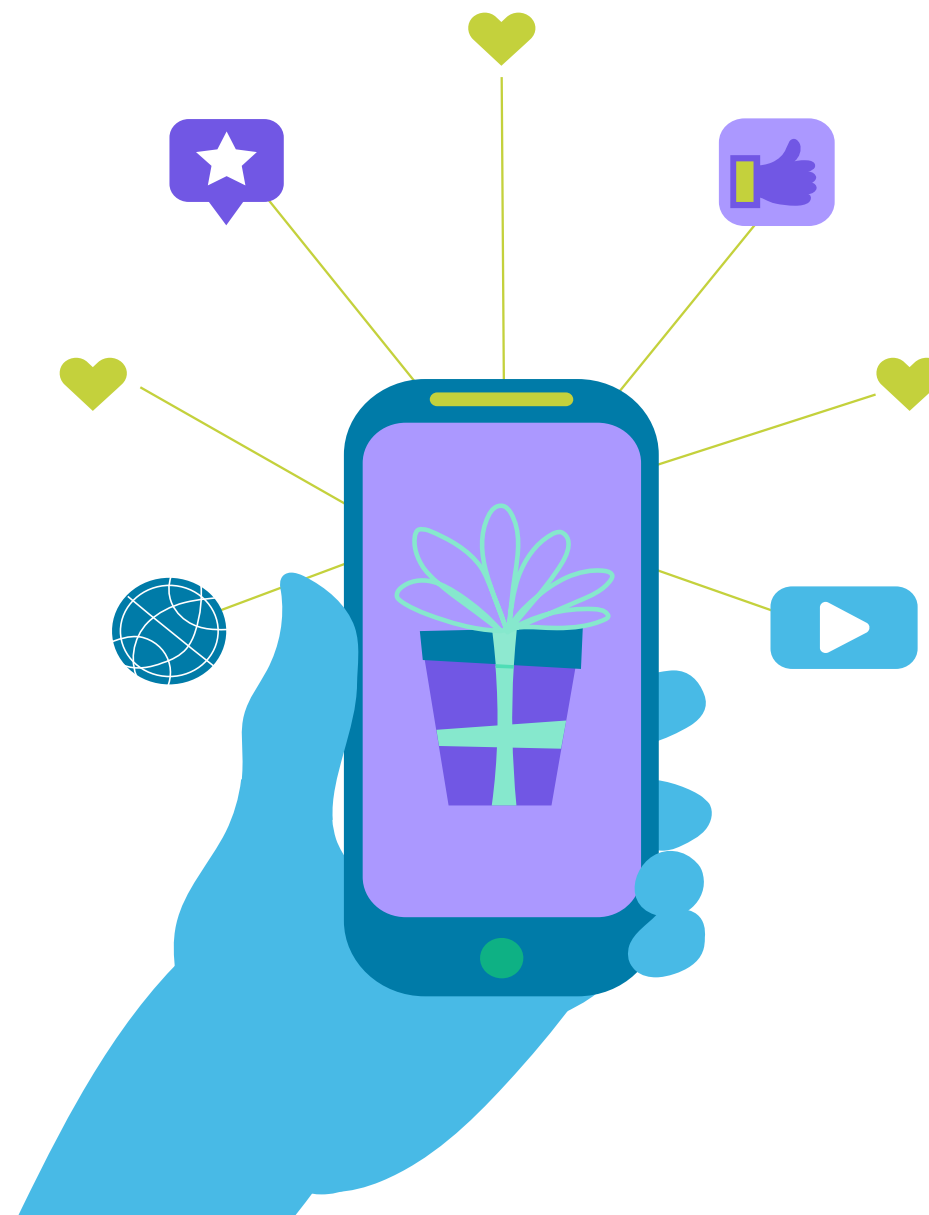
MÓDULO 2

Redes Sociales



Aspectos Generales

- Son plataformas digitales formadas por **comunidades de personas** con intereses, actividades o relaciones en común.
- Permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e **intercambiar información**, ahora también es el canal más importante de venta para los emprendimientos.



Facebook e Instagram



Objetivos de Facebook

Genera
notoriedad

01

02

Crea una tienda

Impulsa el
descubrimiento

03

04

Genera clientes
potenciales

Impulsa las
ventas

05

06

Genera una
tienda



Objetivos de Instagram

Mejorar la imagen de marca

01

Aumentar el alcance y visibilidad

03

Monitorizar y analizar el rendimiento

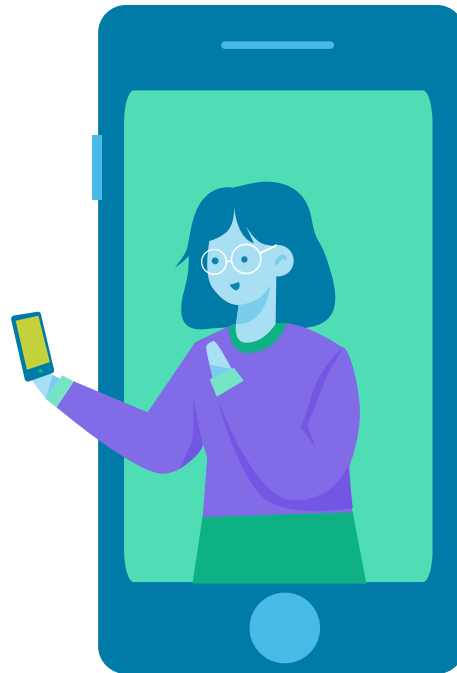
05

02

Construir una comunidad de seguidores

04

Fomentar la participación e interacción



Taller 2

Instrucciones:

Crea mínimo 3 post y 2 reels al ver este módulo, comunicando algo que quieras que tu comunidad sepa de tu marca, un tutorial un voice over contando la historia de cómo fundaron la empresa, un video entretenido con algún trend

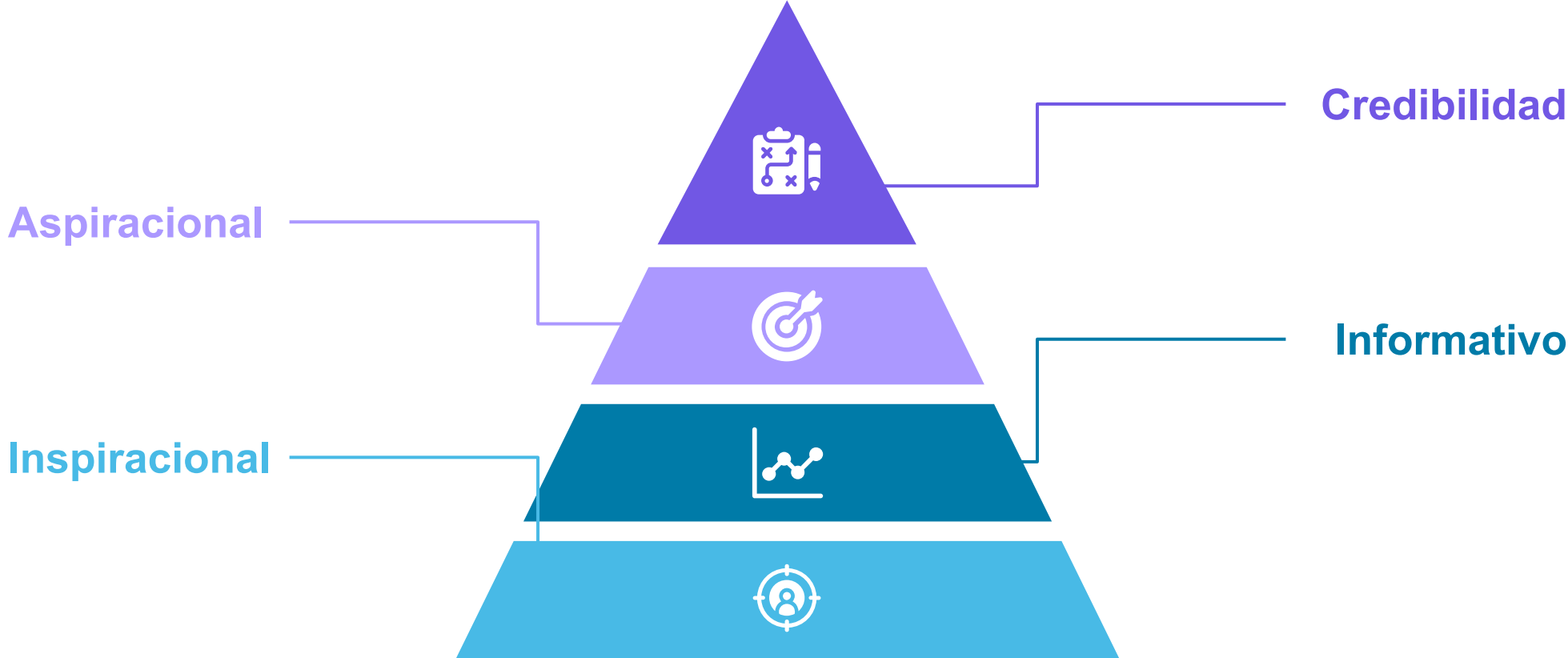


MÓDULO 3

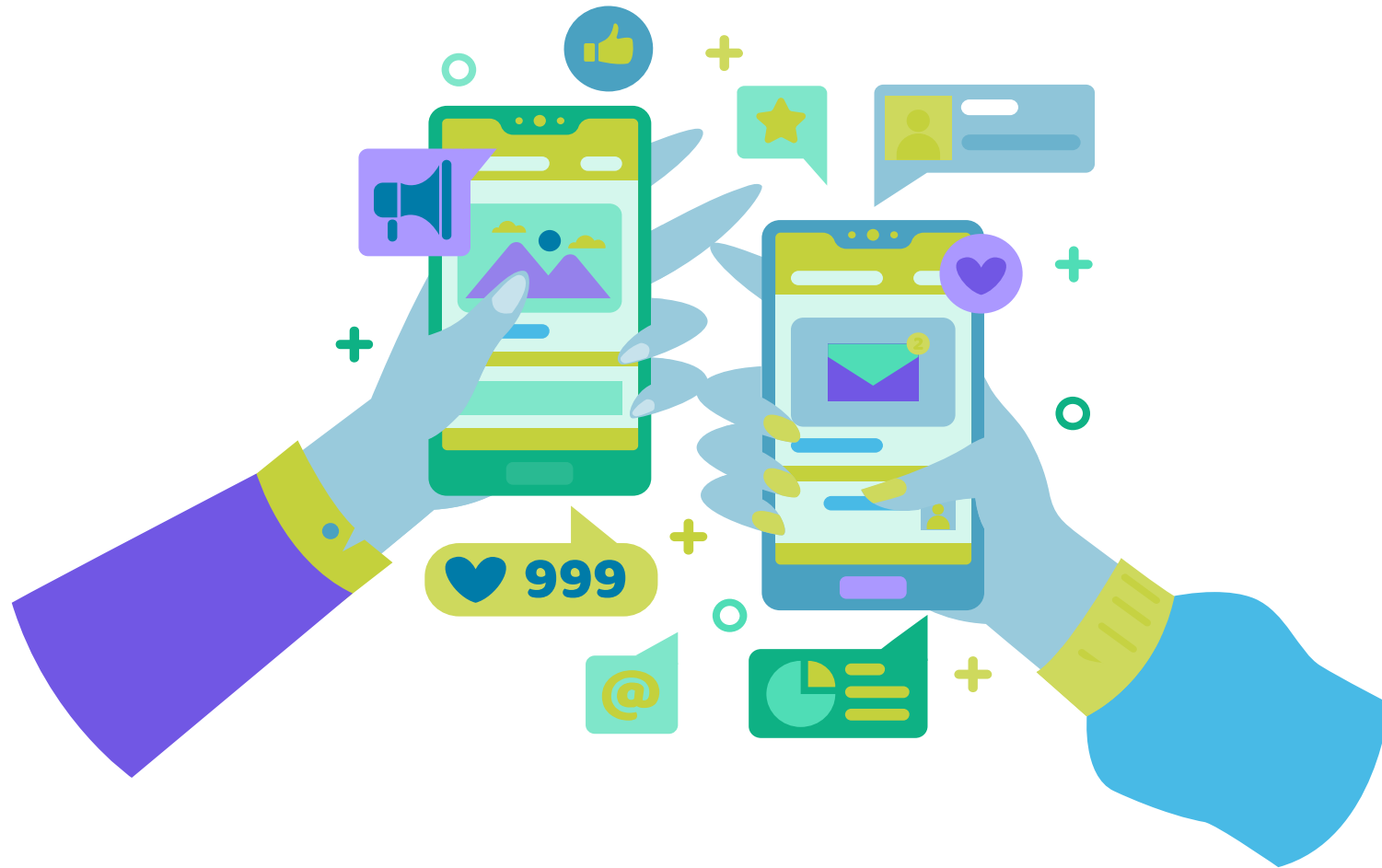
Creación de Contenidos



TIPO DE VOZ A NIVEL DE CONTENIDO



Formatos de contenidos para cada red social



Incluir preguntas en tus contenidos

¿Qué premisa necesita toda respuesta? La existencia de una pregunta.

Ser constante y original

Facilitando mediante enlaces

Incluir "Call to Action" en tus posts

Usar hashtags populares

Monitorea los trending topics



MÓDULO 4

REMARKETING & RETARGETING



Definición

01



Remarketing

Una técnica orgánica

02



Retargeting

La magia de las etiquetas o el
targeteo



ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING

El proceso se puede resumir en tres pasos:

El usuario visita nuestra página web o consume un contenido de nuestra marca.

Se marca a dicho usuario con una cookie y se le añade a una lista de remarketing cuyos parámetros hemos definido previamente.

Se realiza una campaña de anuncios orientados a esa lista, esto es, que solo podrán ver los usuarios que forman parte de ella.



Estrategia de email marketing

Step 01

Llega a tus usuarios con anuncios personalizados gracias a las cookies.



Step 03

Maximiza tu alcance enfocándote en usuarios específicos con anuncios exclusivos.



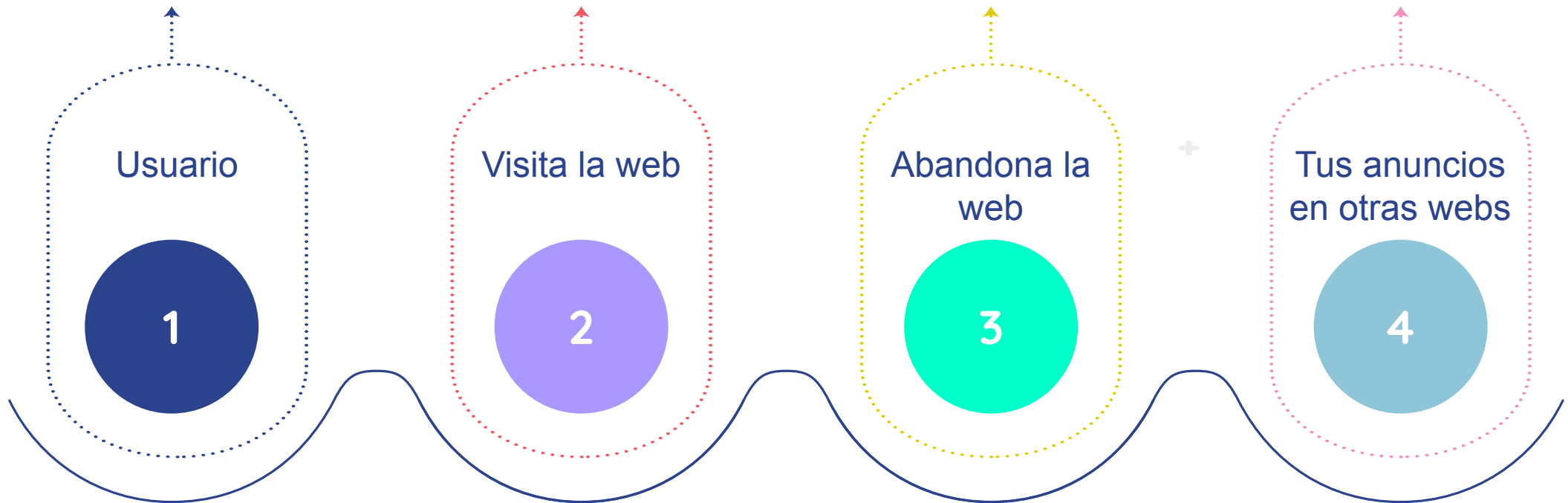
Step 02

Segmenta y cautiva a tu audiencia con campañas de remarketing.

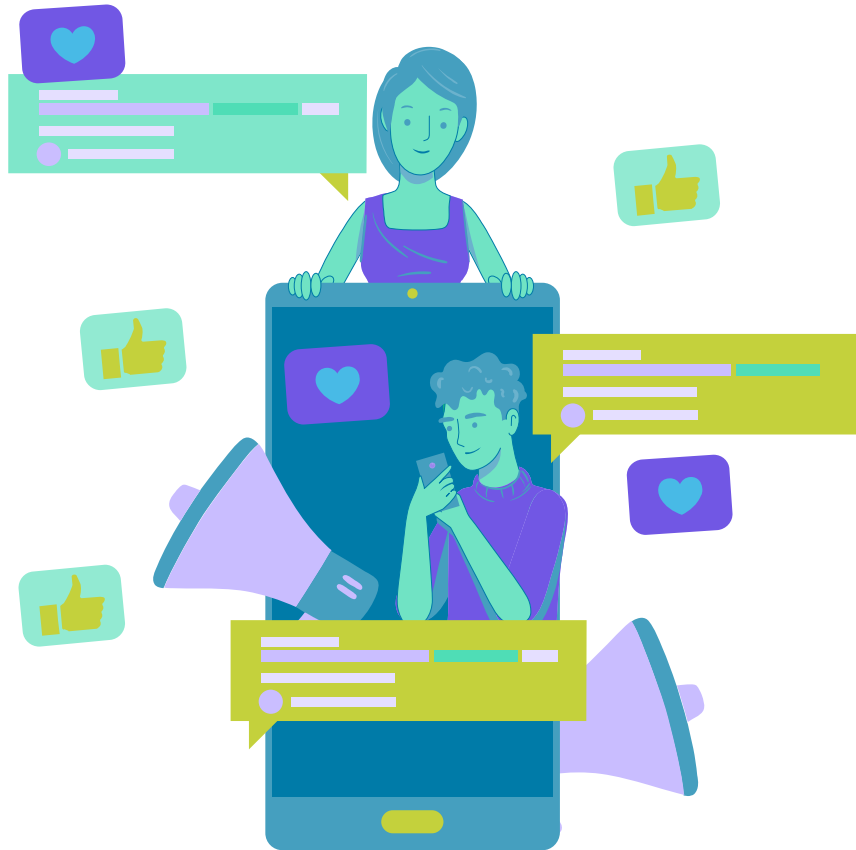


¿Cómo funciona el remarketing?

El Remarketing o Retargeting es un recurso que permite mostrar anuncios de su sitio web a usuarios que lo visitaron con anterioridad



¿Cómo funciona el retargeting?



01

Segmenta bien tus campañas

02

Escoge bien la landing page

03

Limita la frecuencia y la duración de las campañas

04

Varía las creatividades

05

Varía las creatividades

06

Haz tests A/B

07

Mide con las herramientas correctas





**Continental
University of
Florida**