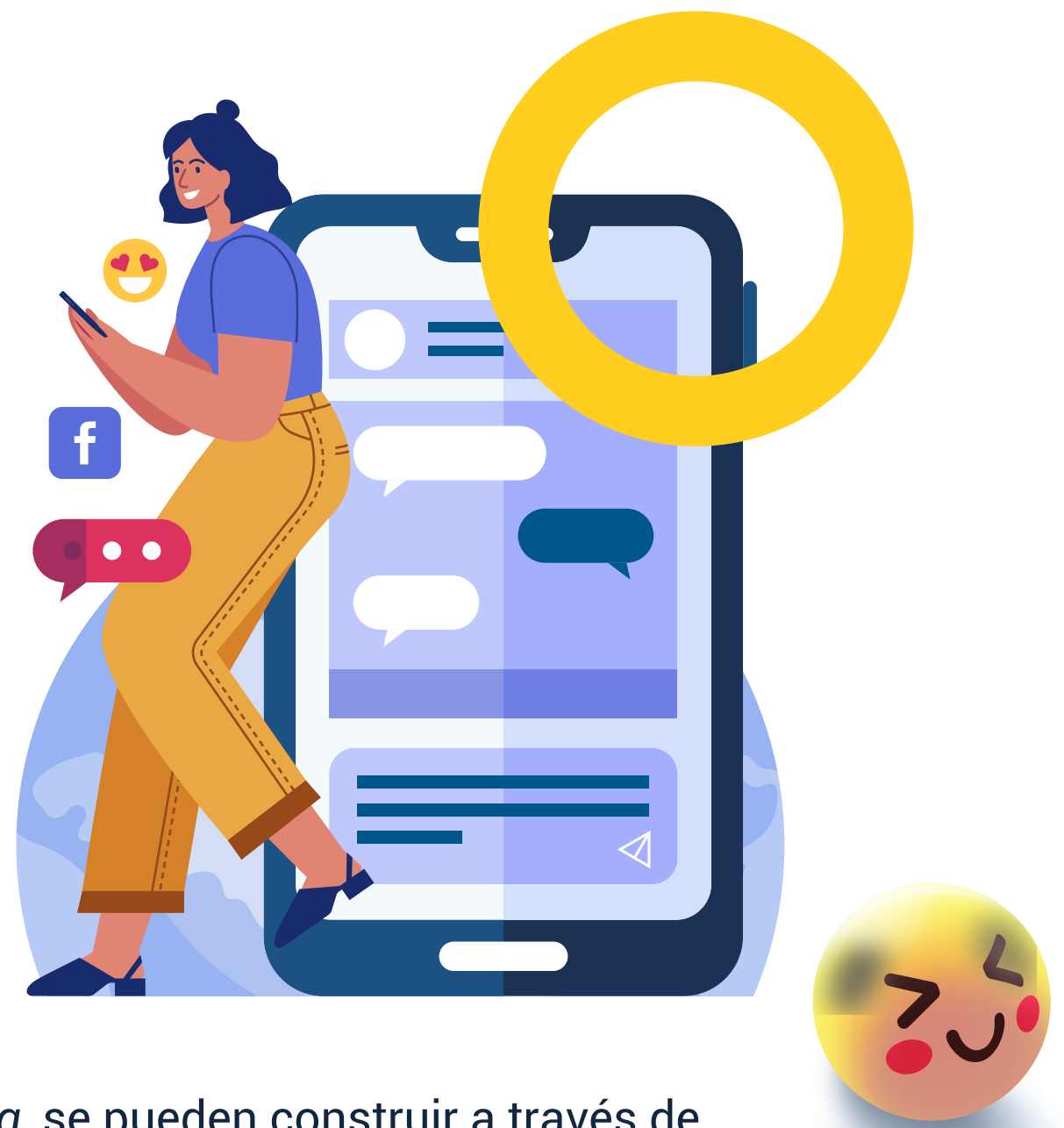


Social media

La evolución acelerada de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la nueva realidad mundial pos pandemia, han llevado a los empresarios de hoy a buscar nuevas oportunidades de mercado en diferentes contextos, bien sea a nivel local, regional, nacional o internacional a través de productos que colmen las expectativas de los consumidores.

El marketing digital logra agrupar la solución a todas estas necesidades debido a que identifica aspectos necesarios para lograr que una empresa o una marca pueda alcanzar sus objetivos comerciales: Análisis de la situación, medición y definición del público objetivo, y planificación de las estrategias y técnicas de implementación, estructurando correctamente acciones a corto, medio y largo plazo.

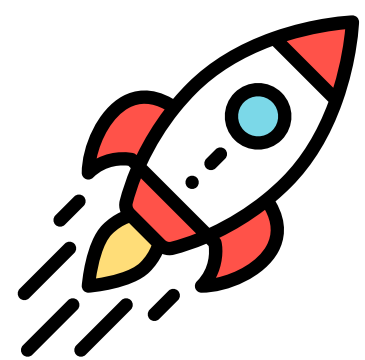
Los contenidos digitales son piezas de información fundamentales en el *Inbound Marketing*, se pueden construir a través de videos, reels, imágenes, texto, Gif, mapas conceptuales, entre otros; el éxito del impacto en su creación dependerá de la creatividad, y se transformará en clientes, ventas y visitantes al negocio.





Social media son plataformas donde comunidades y personas pueden interactuar y socializar diversos temas, con la finalidad de compartir noticias, gustos, intereses, ideas, tendencias, etc, donde el contenido digital es generado por todos los participantes y no por un único creador como en los medios tradicionales.

SEO



SEO (Optimización de motores de búsqueda), se refiere a todas aquellas acciones, estrategias y técnicas de optimización de posicionamiento que se hacen en un sitio web para aparecer orgánicamente (No pago) en los buscadores (Google, Yahoo, Bing). Con la estrategia SEO no se realiza ningún pago a las empresas dueñas de los motores de búsqueda, y se puede lograr incrementos significativos en el tráfico y la visibilidad de las marcas en Internet. Son los contenidos los que se ganan esos lugares por derecho propio.

SEM



SEM (Marketing en motores de búsqueda), hace referencia a las estrategias que incluyen la utilización de anuncios pagos. Con una estrategia SEM se crean campañas publicitarias y cada vez que un usuario digite la búsqueda, en el buscador el sitio aparece antes que los resultados orgánicos en forma de anuncio, siempre y cuando coincida con el interés de búsqueda del usuario.



La gestión de contenidos digitales está basada en administrar día a día todo lo que ocurre con las plataformas y los sitios web propiedad de la empresa o marca. Es otras palabras, es la técnica para mantener un entorno digital actualizado, activo, accesible, adaptable y visible.

El objetivo de toda empresa en la era actual es masificar su marca, producto o servicio. **Gracias a las herramientas del Marketing Digita esta labor puede ser un poco más fácil debido al alcance y penetración en la audiencia.** La cantidad de Me Gusta o Me Encanta en la FanPage de Facebook, o los suscriptores en Twitter, o los seguidores en Instagram cobran importancia porque indica la aceptación de la empresa u oferta que es presentada.

