

Universidad Tecnológica de Panamá

Facultad de Ingeniería de Sistemas Computacionales

Lic. Desarrollo de Software

Desarrollo de Software IX

Marketing en el comercio electrónico

Prof. Erick Agrazal

Integrantes:

Gay, Michael 8-996-1689

Arauz, Cristel 8-997-2313

17 de Abril de 2025

1. Introducción.	4
2. Marketing en el negocio electrónico.....	5
3. Maneras efectivas de aplicar el marketing a nuestros negocios digitales.	6
Conocer a nuestra audiencia.	6
Desarrollar una presencia fundamental de manera digital.....	6
La utilización del poder del contenido.....	7
Implementar el marketing por correo electrónico.	8
La importancia del correo electrónico es esencial en la vida de cualquier individuo. Es una vía de comunicación utilizada para cualquier tipo de actividad, ya sea para comunicación entre individuos, correos sobre actividades empresariales o las más importante para nosotros en este momento, la cuál es las promociones, avisos y contenidos esenciales de nuestro negocio.	8
Mide y ajusta constantemente.	8
4. Marketing de negocios electrónicos en las redes sociales.	8
Aprovechar la flexibilidad de los formatos.....	9
Implementación de Chatbots.....	10
Optimizar el contenido de la plataforma.	10
5. Marketing de negocios electrónicos en dispositivos móviles.....	12
Optimización para búsquedas por voz.	12
Videos cortos.	13
Adaptar el sitio web a dispositivos móviles.	13
Incorporar notificaciones push.	13
Utilizar Geolocalización.....	14
Plataformas como Google Ads y Facebook Ads permiten diseñar campañas segmentadas por ubicación, lo que aumenta la efectividad y pertinencia de tus anuncios.	14
Incluir el marketing por SMS.	14
Aunque pueda parecer un método antiguo, los mensajes de texto siguen teniendo altos índices de apertura y funcionan muy bien para comunicar ofertas directas.	14
6. Marketing de negocios electrónicos de forma local.....	15
Optimización de motores de búsqueda.	15
Publicidad de pago por click (PPC).	15
Marketing en redes sociales.....	15

Email Marketing	16
Gestión en línea.....	16
7. Conclusiones.....	17
8. Bibliografía.	18

1. Introducción.

La importancia del marketing digital en los negocios electrónicos son la esencia del mundo actual. Las empresas deben buscar nuevas maneras de poder atraer un público que su enfoque es estar “en línea” todo el tiempo. De esta manera hay diferentes tipos de marketing que se pueden aplicar para poder entender cuál es la mejor forma de hacer crecer una idea revolucionaria.

2. Marketing en el negocio electrónico.

Sabemos que a lo largo del desarrollo de la tecnología los modelos de empresas se han ido adaptando a los cambios computacionales que surgen a través de las necesidades humanas. El modelo actual de negocio se basa en productos y servicios en líneas debido a la digitalización de las personas. Pero hay una parte importante que ha evolucionado dentro de las empresas y a eso nos referiremos en nuestra investigación la cual es el **Marketing**.

El marketing son aquellas estrategias o tácticas utilizadas para poder tener una atracción hacia cierto público. De una manera más simplificada es la manera en que nosotros les hacemos entender a nuestros futuros clientes que nosotros somos la solución a sus necesidades. Antes, las empresas utilizaban formas de marketing clásicas como banners o revistas o anuncios televisivos para llegar a todo tipo de público de una manera más global. Debido a los cambios antes mencionados las empresas han decidido utilizar técnicas que sean de la mano a estos cambios por eso en el párrafo iniciábamos como las empresas cambiaron los modelos de negocios a compra de productos y servicios en digital debido a que los costos disminuían de una mejor manera. Por este motivo veremos como poder aplicar técnicas de marketing a nuestro negocio digital, que beneficios encontramos, los tipos de marketing en negocios digitales y cual podría adaptarse mejor a la situación de cada individuo.

3. Maneras efectivas de aplicar el marketing a nuestros negocios digitales.

Si nosotros queremos iniciar nuestro negocio digital hay ciertas maneras de poder aplicar ciertas estrategias fundamentales para el crecimiento gradual nuestro negocio. Serán pasos esenciales que cualquier individuo que tenga una idea innovadora de manera digital pueda aplicar para hacer crecer esa idea usando la tecnología actual.

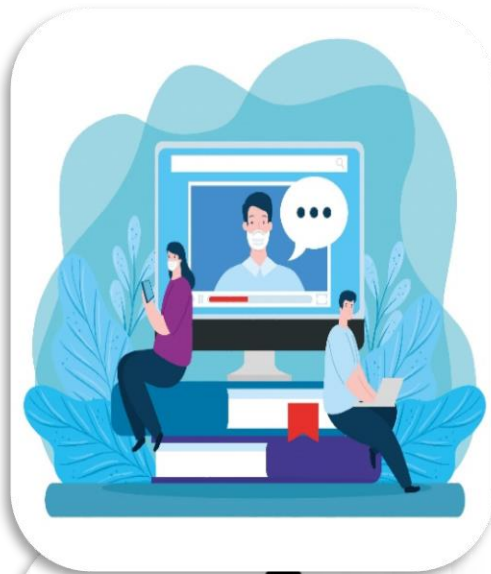
Conocer a nuestra audiencia.



El primer paso fundamental para el crecimiento de un negocio digital es conocer a nuestro público objetivo. ¿Quiénes son? ¿Cuáles son las necesidades actuales que se presentan? ¿Qué es lo que buscan en línea? Todas las preguntas antes mencionadas juegan un papel esencial al momento de nosotros poder lanzar atraer clientes potenciales que quieran ser parte de nuestra solución.

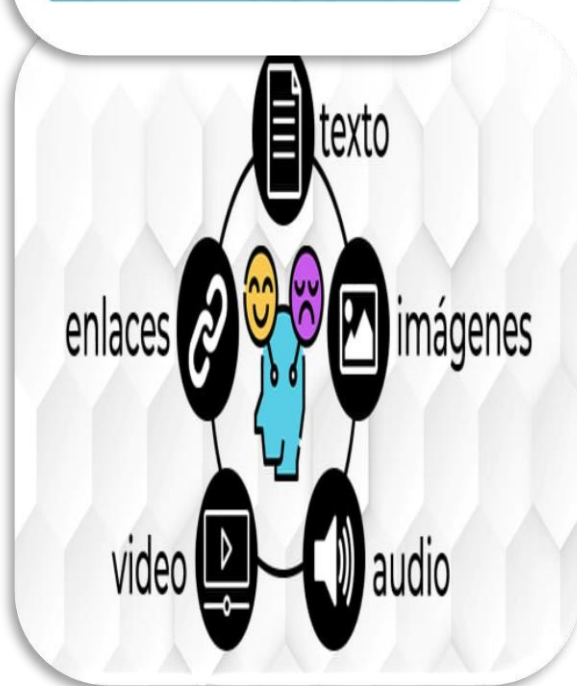
Desarrollar una presencia fundamental de manera digital.

Una vez que nosotros entendamos a nuestra audiencia lo siguiente es tener una visibilidad digital que se puede lograr teniendo un sitio web atractivo y simple, debido a que la simpleza es belleza y es una característica única del ser humano es que no



es necesario un producto complejo para poder tener atracción al cliente sino la hermosura de la simpleza y efectividad.

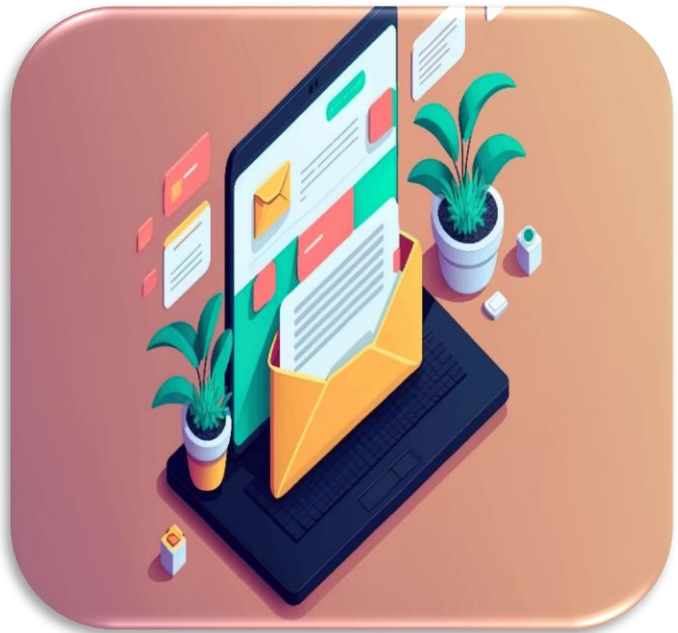
La utilización del poder del contenido.



Los contenidos digitales acerca de los productos y servicios que se ofrecen en un negocio son el corazón que hace que podamos crecer de manera efectiva. Estos contenidos pueden ser blogs, videos, podcast, entre otros tipos de contenido. Los negocios que mantienen un constante de contenido hacia su público queda demostrado que tienen más visibilidad que los negocios que no aplican estas opciones.

Implementar el marketing por correo electrónico.

La importancia del correo electrónico es esencial en la vida de cualquier individuo. Es una vía de comunicación utilizada para cualquier tipo de actividad, ya sea para comunicación entre individuos, correos sobre actividades empresariales o las más importante para nosotros en este momento, la cuál es las promociones, avisos y contenidos esenciales de nuestro negocio.



Mide y ajusta constantemente.



Finalmente, la recomendación después de aplicar cualquier estrategia de negocio es poder analizar si estás técnicas han dados frutos. Esto puede ser logrado utilizando por ejemplo Google Analytics o cualquier herramienta que nos permita medir el tráfico en la red hacia nuestro comercio electrónico para medir el triunfo.

4. Marketing de negocios electrónicos en las redes sociales.

Las redes sociales han sido un gran avance para el marketing para todo tipo de negocios existentes y así como nuestro enfoque de los negocios digitales. Así que

explicaremos cuales serían las estrategias de marketing que podríamos utilizar en las redes sociales.

Aprovechar la flexibilidad de los formatos.

La gran ventaja que presentan las plataformas actuales como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras plataformas en la variedad de formatos que podemos utilizar para subir contenido que favorezcan el alcance a otro tipo de público y que podamos crecer como negocio.



Implementación de Chatbots.



Los Chatbots son una gran innovación para la automatización de procesos que facilitan la interacción entre los clientes y nosotros, además de que pueden responder consultas de manera rápida y clara en un tiempo de respuesta eficiente. Lo bueno es que se pueden juntar con la inteligencia artificial para respuestas que sean más aptas para el usuario y sea una evolución exponencial.

Optimizar el contenido de la plataforma.

Este punto es importante para reconocer cuál es el punto fuerte de cada plataforma para que nuestro marketing sea de la manera más eficiente y pueda llegar a las personas correctas. Por ejemplo, con Instagram actualmente son los reels, Twitter los hilos, YouTube son los shorts o videos cortos y así debemos adaptarnos a lo que nos ofrecen las plataformas y que público utiliza cada plataforma para saber que tipo de contenido publicar en cada una.

Los beneficios que nos pueden dar las redes sociales son muy ventajosos y actualmente son variada con lo cual es importante conocer cuales podremos encontrar.

- **Reconocimiento de Marca:** Lo fundamental de las redes sociales es que nos permiten un reconocimiento de marca muy rápido debido a que las vidas de las personas están conectadas a estas plataformas diariamente y debido a esto los productos y servicios se ofrecen de manera diaria hacia estos individuos.
- **Tráfico a Sitios Web:** En las redes sociales, gran parte de las interacciones ocurre y concluye dentro de las propias plataformas. No obstante, las empresas enfocadas en establecer vínculos duraderos optan por dirigir a estos usuarios hacia su sitio web, donde pueden desarrollar mejor su propuesta y presentar todos los beneficios que ofrecen.
- **Crece con un presupuesto pequeño:** Uno de los principales beneficios del marketing en redes sociales para las marcas es que estas plataformas suelen ser mucho más económicas en comparación con campañas publicitarias como las de Google Ads o Facebook Ads. Además, ofrecen herramientas que permiten promocionar productos con una excelente relación entre costo y beneficio. No obstante, esto no es una norma fija, ya que muchas empresas logran crecer y ganar visibilidad sin necesidad de invertir en publicidad.

5. Marketing de negocios electrónicos en dispositivos móviles.

Actualmente todos los individuos cuentan con dispositivos móviles con lo cual no es de asombrarse que el marketing se haya desarrollado en esta área tan extensa. Se pueden hacer viralizaciones de nuestra marca utilizando estrategias como la personalización, las aplicaciones móviles y el SEO móvil.

Veremos a continuación cuales son las tendencias claves en el marketing de dispositivos móviles:

Personalización basada en datos.

Los datos son esenciales para saber qué tipo de campañas nosotros podremos implementar y esto ofrece experiencias personalizadas a los usuarios. Por ejemplo, la inteligencia interfacial nos ayudaría a enviar mensajes personalizados a clientes.

Publicidad en aplicaciones móviles.

Las aplicaciones son una parte crucial del marketing móvil. Anunciarse en plataformas como Instagram, TikTok o juegos móviles garantiza una alta visibilidad en tu mercado objetivo.

Optimización para búsquedas por voz.

Con el crecimiento de herramientas que son manejadas por voz es importante optimizar los contenidos digitales para que sean simples de encontrar para una mejor

visibilidad debido a que con estos asistentes se pueden hacer búsquedas con resultados variados.

Videos cortos.

Los videos cortos son la esencia del marketing de negocios digitales en nuestra era debido a que en máximo 1 minuto yo tengo que dar todos los argumentos necesarios para que tu seas un cliente frecuente en mi negocio con lo cual es una herramienta muy eficiente.

Después de ver las tendencias es importante saber que tipos de estrategias poder implementar en nuestro negocio digital respecto a los dispositivos móviles.

Adaptar el sitio web a dispositivos móviles.

Contar con un diseño responsive es imprescindible. Verifica que tu página cargue con rapidez y se vea bien en cualquier tipo de pantalla.

Incorporar notificaciones push.

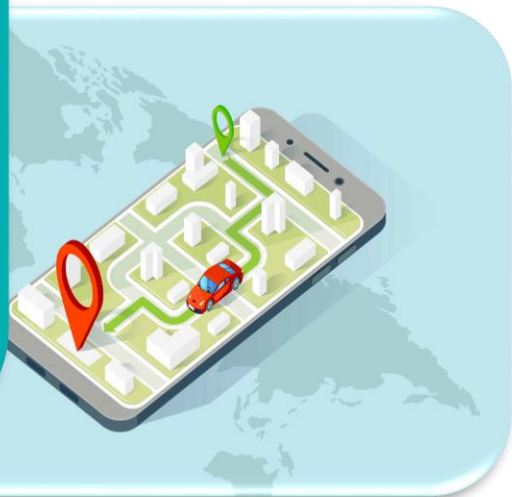
Este tipo de notificaciones son una gran herramienta para





captar la atención de tus clientes mediante promociones personalizadas o recordatorios relevantes.

Utilizar Geolocalización.



Plataformas como Google Ads y Facebook Ads permiten diseñar campañas segmentadas por ubicación, lo que aumenta la efectividad y pertinencia de tus anuncios.

Incluir el marketing por SMS.



Aunque pueda parecer un método antiguo, los mensajes de texto siguen teniendo altos índices de apertura y funcionan muy bien para comunicar ofertas directas.

6. Marketing de negocios electrónicos de forma local.

El marketing de negocios digitales el cuál se realiza de forma local es aquel que se realiza en una zona específica. Esto quiere decir que los negocios deben comprender cuales son los gustos de la población y que culturas los individuos se encuentran.

Debemos comprender que tácticas podemos encontrar en este tipo de marketing para implementarla de la mejor manera y ganar más público que sea parte de nuestra solución.

Optimización de motores de búsqueda.

El SEO es una estrategia que busca mejorar tanto el contenido como la estructura de un sitio web para lograr una mejor posición en los resultados de búsqueda (SERP). Esta práctica resulta especialmente útil para negocios con ubicación física o que desean captar clientes en una zona geográfica determinada.

Publicidad de pago por click (PPC).

El modelo de PPC se basa en colocar anuncios en buscadores o sitios web, donde el anunciante paga cada vez que alguien hace clic en el anuncio. Es una estrategia efectiva y rentable para alcanzar a audiencias específicas y atraer posibles clientes.

Marketing en redes sociales.

Esta estrategia se enfoca en utilizar plataformas sociales para conectar con un público objetivo. A través de contenido interesante y relevante, las marcas pueden aumentar su número de seguidores y mejorar su visibilidad en el ámbito local.

Email Marketing.

El marketing por correo electrónico implica enviar comunicaciones personalizadas a una lista de contactos con el fin de promocionar productos o servicios. Es una técnica muy útil para empresas con una clientela leal o que buscan generar nuevos prospectos.

Gestión en línea.

Consiste en supervisar y optimizar los perfiles de negocio en plataformas como Google My Business o Yelp. Mantener esta información actualizada y precisa mejora la visibilidad de una empresa en las búsquedas locales.

Los comercios minoristas siempre han entendido la relevancia de adaptar su comunicación al entorno más cercano a sus puntos de venta. Sin embargo, para las agencias publicitarias, medir la efectividad de las campañas locales representa un reto, ya que requiere gestionar múltiples campañas pequeñas en cada tienda y optimizarlas diariamente en diferentes canales digitales. Herramientas como **DeepReach** simplifican este proceso, permitiendo a los minoristas mejorar su comunicación en sus áreas geográficas clave.

Las plataformas de automatización del marketing local, como **DeepReach** y tecnologías publicitarias enfocadas en el ámbito local (**ad tech local ads**), ayudan a las empresas a distribuir de manera eficiente sus recursos, equilibrando medios, presupuestos y asignaciones por zona, a la vez que aumentan la exposición publicitaria.

→ **Analice cómo están rindiendo digitalmente sus competidores dentro de sus zonas de influencia.**

- **Defina la estrategia publicitaria ideal según el objetivo de cada área: atraer visitas a tienda, aumentar la visibilidad o generar prospectos.**
- **Implemente y mejore automáticamente sus campañas locales.**
- **Centralice la información de todos sus canales publicitarios en un solo lugar.**

7. Conclusiones.

Michael Gay: La importancia del marketing para los negocios digitales han cambiado para una mejor manera debido a que la aplicación de todos los modelos antes mencionados son bastantes importantes para una empresa que está empezando y el beneficio que más puedo reconocer es que no se necesita una producción con un gran presupuesto para poder empezar. Creo que para todos los individuos que quieran ser emprendedores y quieran crear soluciones y hacer que lleguen a todo público están las redes sociales, los mensajes de textos automáticos, los videos cortos, entre otros tipos de opciones.

Cristel Arauz: La creación de las redes sociales y otras formas de comunicación hicieron que los negocios digitales crecieran de manera exponencial y son la principal fuente de ingreso para cualquier nación. Si un negocio quiere crecer puede crear contenido dinámico que millones de personas puedan acceder en cuestión de segundos y lo importante es la monetización asegurada que presentan este tipo de

marketing. Es importante aclarar que las necesidades de los tipos de marketing van de acuerdo con las necesidades empresariales y al tipo de público de la empresa, con lo cual es fundamental que cada empresa entienda que público objetivo tiene en mente.

8. Bibliografía.

Landingi. (s.f.). *Comercio electrónico*. <https://landingi.com/es/digital-marketing/comercio-electronico/>

Xpert Digital. (s.f.). *Social commerce: Integrando las redes sociales y el comercio electrónico*. <https://xpertdigital.mx/blog/social-commerce-integrando-las-redes-sociales-y-el-comercio-electronico/>

ADEN Business Magazine. (s.f.). *¿Qué es el e-commerce marketing?*. <https://www.aden.org/business-magazine/que-es-el-e-commerce-marketing/>

Impulsa Marketing. (s.f.). *Cómo aplicar el marketing digital a tu negocio: Estrategias efectivas para el éxito online*. <https://impulsa.marketing/como-aplicar-el-marketing-digital-a-tu-negocio-estrategias-efectivas-para-el-exito-online/>

Escala. (s.f.). *Marketing en redes sociales: Qué es y 7 estrategias efectivas*. <https://escala.com/marketing-en-redes-sociales/>

Agencia de Marketing Mercurio. (s.f.). *Marketing para dispositivos móviles: Tendencias y estrategias*. <https://agenciademarketingmercurio.com/blogs/aprende-sobre-marketing-digital/marketing-para-dispositivos-moviles-tendencias-y-estrategias>

DeepReach. (s.f.). *Todo lo que necesita saber sobre el marketing digital local*.
<https://www.deepreach.com/es/local-digital-marketing>