

Curso de Marketing Digital 2017/2018. Guión de Prácticas



Figure 1: Google Actívate

Institución:

Universidad Complutense de Madrid

Profesora:

Patricia Garrido Teixeira

Explicación:

A lo largo del curso estudiáis diferentes temas y aspectos del Marketing Digital. Para complementar el mismo deberéis realizar algunas pequeñas actividades a fin de que pongáis en práctica lo que habéis aprendido. Estos ejercicios se irán realizando a lo largo del curso a medida que estudias los distintos materiales. Las actividades tendrán un peso del 70% de la nota final. El 30% restante se alcanzará con la simple realización del curso, la asistencia a las clases presenciales y la participación.

A través de estas actividades aprenderás a promocionar cualquier empresa o institución en el mundo del marketing digital. Por ello, te aconsejamos que elijas un mismo tema o dominio para la realización de las mismas. Puedes promocionar tu empresa o institución o inventarte alguna si lo prefieres.

Es cierto que para llevar a cabo una buena estrategia de marketing digital hay que tener en cuenta las múltiples oportunidades que la red ofrece. Sin embargo, no es tan complicado como a priori pudiera resultar. Ante estas múltiples actividades puede que una empresa pequeña piense que es inalcanzable abarcarlas todas. Y es cierto. Pero no es motivo para no adentrarse en este mundo digital de una

manera organizada y alcanzando lo justamente necesario. No hay que estar en todo, sólo en lo puramente necesario.

- Jorge Juan, experto en Marketing Digital.

Guión

Práctica 1: Creación de un blog

Se trata de una actividad de marketing de contenidos perfecta para empresas, sean del tamaño que sean. Con los blogs podrás posicionarte como experto en tu industria, atraer más tráfico a tu página web o hacer crecer tus fans. Sin embargo, tener un blog significa tener un compromiso y lleva su tiempo, pero el retorno de la inversión es generalmente alta. El blog no debe ser publicitario sino ofrecer artículos útiles e interesantes. Puede que te sienta como si estuvieras regalando alguna de sus mejores ideas, pero hacerlo sólo aumentará tu credibilidad y su comunidad.

La práctica número 1 consiste en la creación de un pequeño blog (una o dos páginas). Te aconsejamos que lo hagas en Wix y sigas los siguientes pasos (pero puedes crearlo a través de algun otro CSM si así lo prefieres)

1. Entra a tu cuenta o regístrate gratis.
2. Elige una plantilla de blog.
3. Abre el administrador del blog y crea un nuevo artículo.
4. Crea categorías y organiza tus artículos.
5. Publica tu artículo.
6. Publica tu página web y conecta tu dominio.

Práctica 2: Cuenta de Twitter

Únete a Twitter. Si todavía no está en Twitter es el momento de empezar. La configuración de un perfil en esta red de tu negocio es un proceso sencillo. Aunque tienes que tener en cuenta que no es lo mismo tener una cuenta personal que una de empresa, por lo que deberás seguir estos puntos:

- No te publicites. Puedes hablar de tu empresa y tus productos o servicios, pero no exageres. La mayoría de tus tuits deben incluir información útil o deben servir para interactuar con tus seguidores.
- Manténte actualizado. Si es posible habría que actualizarlo al menos dos veces al día.
- Personalícelo. Use esta red como herramienta de comunicación, no de difusión. Para ello haz preguntas, contesta a las preguntas que te hagan, inicia conversaciones. La interacción es la clave.
- Crea una biografía concisa y convincente. Haz saber a la gente, rápidamente, qué haces y qué ofreces.

La práctica número 2 consiste en la promoción vía Twitter de tu empresa o institución seleccionada durante una semana. Sigue los pasos explicados anteriormente y haz capturas de pantalla de cada uno de los tweets. Al cabo

de una semana elabora un informe con tus sensaciones sobre esta práctica: ¿De qué me ha servido? ¿Qué creo que debería mejorar? ¿En general creo que ha funcionado?

Práctica 3: LinkedIn

A continuación realizaréis una actividad muy sencilla, que puede realizarse todos los días o al menos dos veces por semana. Esta práctica te ayudará a posicionar tu nombre y tu conocimiento frente a tus compañeros de profesión. Se trata de responder preguntas en LinkedIn, esto es, buscar preguntas que otros miembros de los grupos han hecho y proporcionarles respuestas útiles. Incluso puedes hacer tú mismo las preguntas si quiere poner en marcha una conversación específica.

Para la práctica número 3 haz lo que te hemos explicado anteriormente. Selecciona al menos dos grupos en LinkedIn y contesta al máximo de preguntas propuestas en tu área. Inicia tú también un *foro* y lanza dos preguntas a la comunidad. Guarda estos hilos de preguntas y respuestas y elabora un informe con los resultados obtenidos contándonos tus impresiones: ¿Creo que ha funcionado? ¿Qué cambiaría? ¿Qué mantendría? ¿Considero que esto me ha ayudado para posicionarme?

Práctica 4: Newsletter

El email marketing todavía tiene mucho poder en los negocios online, incluso en este mundo saturado por Twitter. Puede crear una cuenta en uno de los muchos servicios online que existen y captar correos electrónicos en tu página web en un momento.

Para la práctica número 4 te animamos a crear una Newsletter. Para ello, utiliza la herramienta mailchimp. Crea una lista seleccionando los usuarios e-mails a los que se la quieres enviar. Sigue los siguientes pasos a través de esta vídeo-lección. Sírrete de las plantillas a tu gusto y usa tu imaginación.