

¿Cuál es la estrategia de posicionamiento de tu marca para impactar en más de 3.5 billones de posibles clientes en Internet?

Marketing Digital & eCommerce

Cámara de Comercio de Lima (Perú, julio 2017)

IV Programa Intensivo de Alta Gerencia

Rafael Martínez Campoblanco

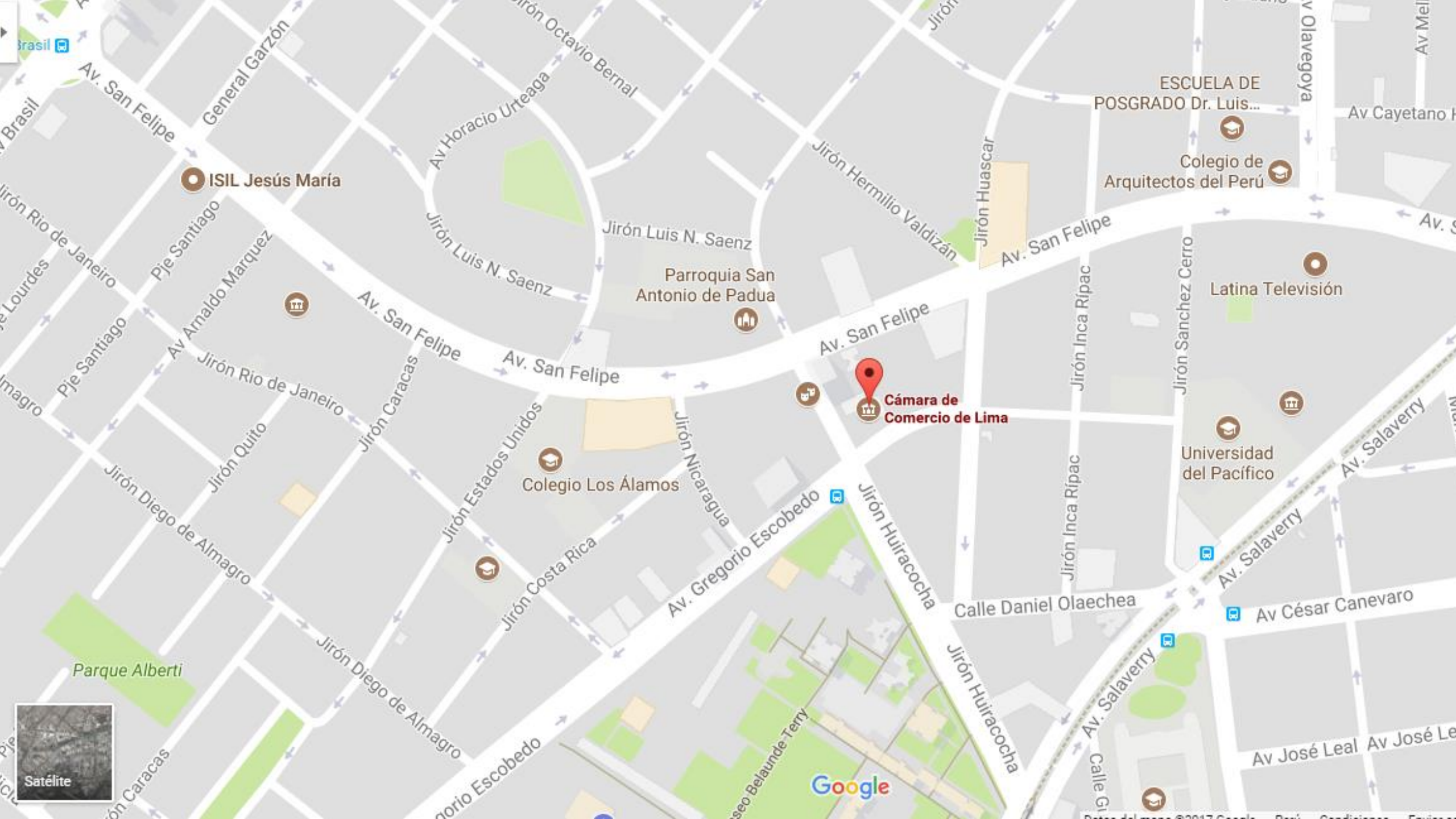
CEO, Speaker, Professor & Blogger

Me desempeño como consultor internacional en temas de educación, marketing y gobierno digital. Participo habitualmente como speaker en diferentes eventos latinoamericanos [Colombia, Costa Rica, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Venezuela, entre otros]. Soy docente de postgrado en varias universidades y facilitador de programas corporativos. Fundador del Blog Tiza Virtual.

Universidad
Yacambúcanvas
BY INSTRUCTURE

Microsoft

Instituto Latinoamericano
de Desarrollo Profesional Docente



ISIL Jesús María

ESCUELA DE
POSGRADO Dr. Luis...

Colegio de
Arquitectos del Perú

Parroquia San
Antonio de Padua

Latina Televisión

**Cámara de
Comercio de Lima**

Colegio Los Álamos

Universidad
del Pacífico

Parque Alberti

Satélite

Google

Mapa del mundo ©2017 Google - Perú - Condiciones - Privacidad

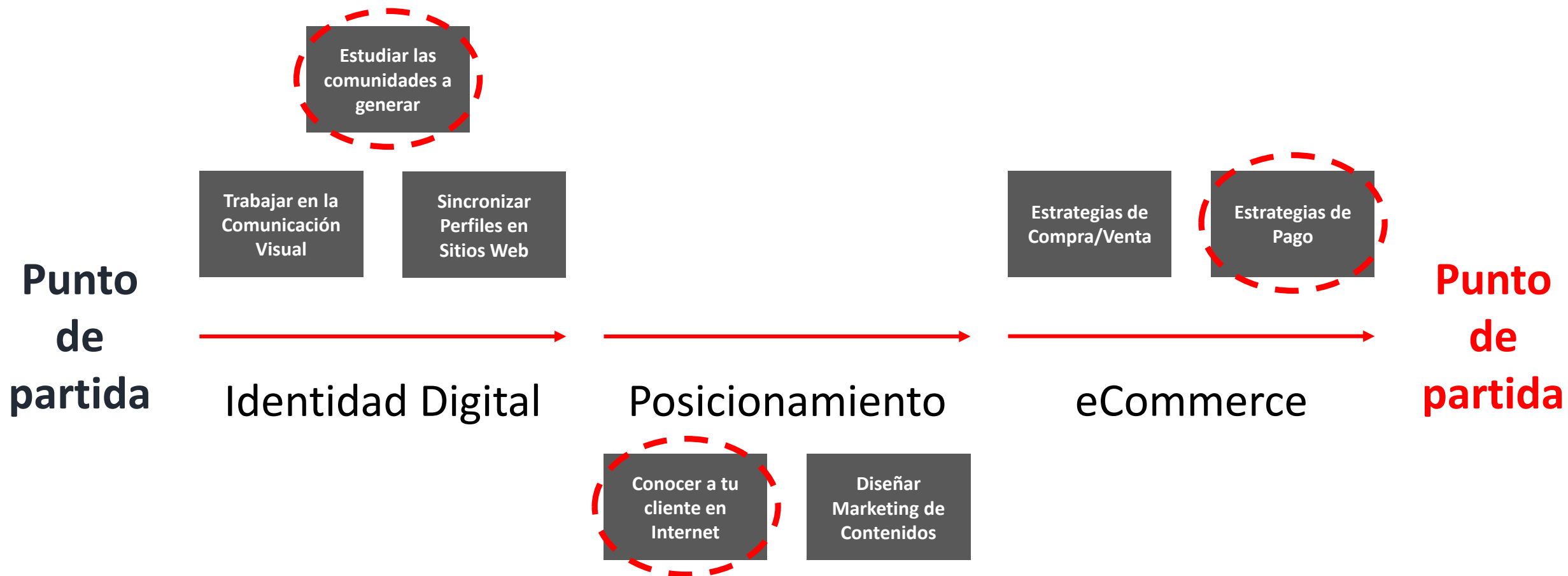
Recalibrando...

Estrategias | Contenido | Analítica

Comunidad **Concepto** **Decisión**

Hablemos de las **estrategias**

Recordemos las fases del Marketing Digital



Algunos elementos a considerar



The diagram illustrates a conceptual equation: **Estrategia = Plataformas + Tendencias = Comunidad**. A red line connects the 'Estrategia' term to the 'Comunidad' term, with a downward arrow pointing to the 'Comunidad' term. Below the 'Plataformas + Tendencias' part of the equation, there is a horizontal line, and underneath that line, the text 'KPI' is centered.

Estrategia = Plataformas + Tendencias = Comunidad

Plataformas + Tendencias

KPI

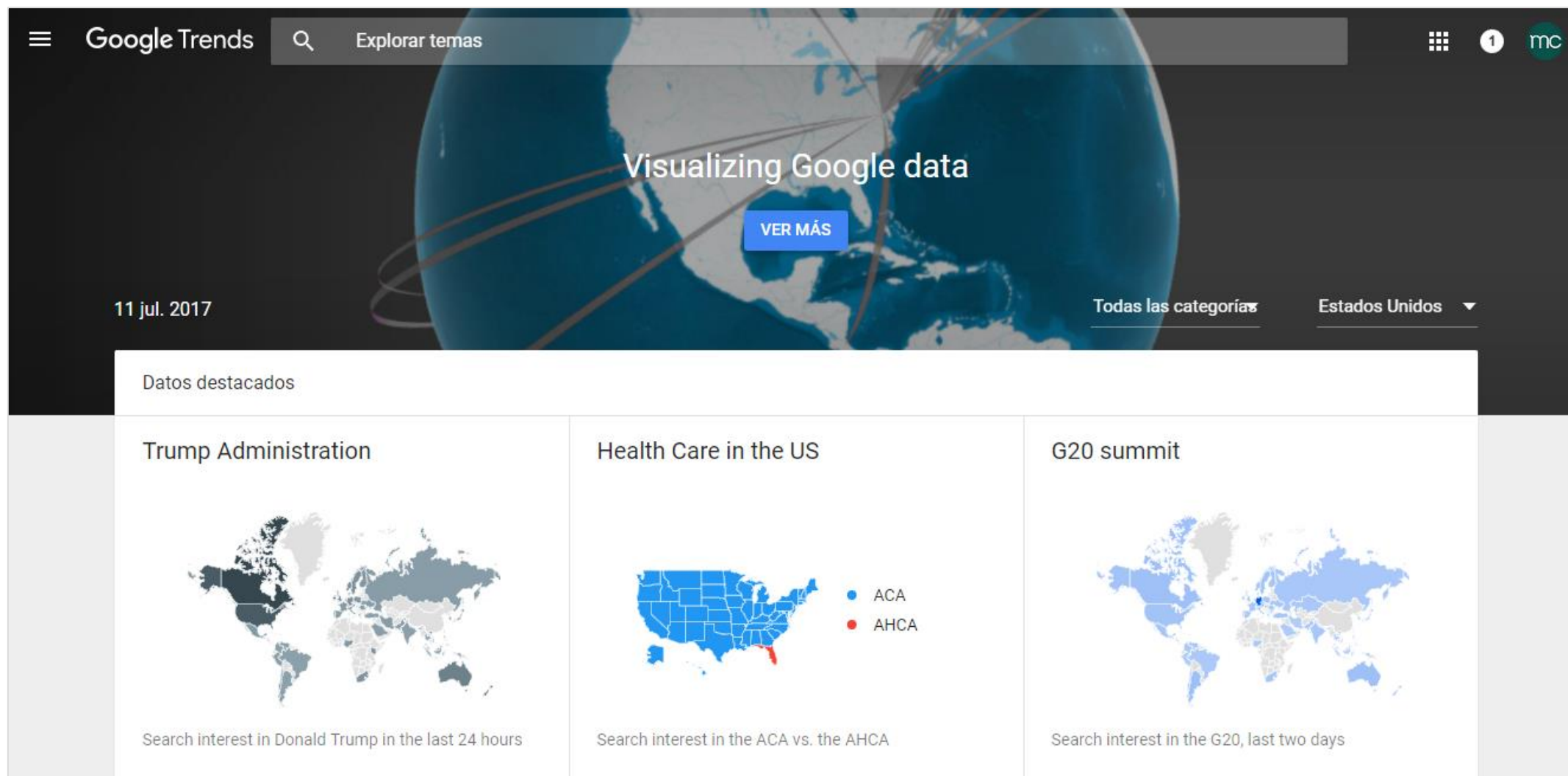
Utilizar las plataformas “más” adecuadas



Tu web

<https://www.facebook.com/><https://www.instagram.com/><https://web.whatsapp.com/><https://www.youtube.com/><https://plus.google.com/><https://www.blogger.com/><https://www.flickr.com/><http://us.viadeo.com/es/><https://soundcloud.com/><https://vimeo.com/><https://www.skype.com/es/><https://www.linkedin.com/><https://picasa.google.com/intl/es/><https://www.xing.com/es><https://connect.intellect.com/><https://www.tumblr.com/><https://www.reverbnation.com/><https://twitter.com/><https://es.pinterest.com/><http://www.skyrock.com/><http://www2.wayn.com/><http://tu.tv/><http://www.fotolog.com/><https://www.reddit.com/><https://es.www.meetme.com/><https://viddy.uptodown.com><https://qzone.qq.com/><http://e-orkut.com/><https://www.symbaloo.com>

Revisar permanentemente las tendencias



<https://trends.google.com/trends/>



Twitter #analytics and much more...

- ✓ Get detailed and visual **analytics** on anyone's tweets, retweets, replies, mentions, hashtags...
- ✓ Browse, search, filter and get **insights** on the people you follow and those who follow you
- ✓ **Backup/export** tweets, retweets, mentions and reports to Excel & PDF in just one click
- ✓ Monitor your interactions with other Twitter users: **mentions**, retweets, favorites...
- ✓ Get and export **Search Analytics** on any keywords, #hashtags, URL or @users
- ✓ Get insights on and download any user's **retweeted & favorited tweets**
- ✓ Browse, search, filter, sort and batch add/remove people to your **lists**
- ✓ **Monitor** tweets from your favorite users, lists and keyword searches
- ✓ Get actionable insights on your followers with **Followers Report**
- ✓ Find out easily those you follow but **don't follow you back**
- ✓ **Download** your followers and following lists to Excel
- ✓ Get the list of the **followers** you don't follow back
- ✓ **Track clicks** on the links in your tweets
- ✓ Track your **follower growth** over time
- ✓ And much more...

Get started, try Twitonomy now!



<https://www.twitonomy.com/>

fanpage karma

CARACTERÍSTICAS PRECIOS HERRAMIENTAS ▾ QUIENES SOMOS ▾ | PORTAL DE EMPLEO NOTICIAS | AYUDA  LOGIN WITH FACEBOOK

Analizar y mejorar perfiles en las redes sociales

**GRATIS
PARA UNA
PAGINA**

Analiza tus perfiles y los de tus competidores.
A través de indicadores, evaluaciones e informes.
Mide el éxito y amplía tu alcance social cada día.

Inicia tu análisis ahora

**DETALLES GRATUITOS**

Ejemplos: [Coca Cola](#), [Barack Obama](#), [Allianz](#)

Social Media
Management
with Engage.

**LEARN
MORE**

Análisis sin límites

Informes con un solo clic

Siempre a la última

<http://www.fanpagekarma.com/>

The image shows the landing page of the Simply Measured website. The background is a blurred cityscape at sunset. In the foreground, there is a desk with a laptop, an open notebook, and a white mug. The website header includes the 'Simply Measured' logo on the left and navigation links for 'Solutions', 'Products', 'Resources', 'Blog', and 'Sign In' on the right. A green 'REQUEST DEMO' button is positioned to the right of the navigation links. On the left side of the page, there are three stacked horizontal bars with illustrations and text: 'For the Social Marketer' (with a woman at a laptop), 'For the Content Marketer' (with a man at a computer), and 'For the Digital Agency' (with two people reviewing a tablet). In the center-right, there is a bar chart with an upward-pointing arrow. Below the chart, the main heading 'Full-Funnel Social Analytics' is displayed in a large, blue font, followed by the tagline 'Insight to help you create, connect, and convert.' in a smaller, grey font.

<https://simplymeasured.com/>

The image is a screenshot of the Pirendo website's main banner. The background is dark grey. At the top, there is a navigation bar with the Pirendo logo on the left and several menu items: 'Productos', 'Clientes', 'Blog', 'Contacto', 'Partners', 'Área Clientes' (highlighted in a red button), and 'Solicitar Acceso' (in a grey button). The main heading 'Analiza profesionalmente las redes sociales' is in a large, white, serif font. Below it, a paragraph in a smaller white font explains the service. To the right, there is a visual representation of the software's output, showing a desktop monitor, a tablet, and a smartphone, all displaying various social media analytics charts and lists. Below the main text, there are four bullet points in white font. At the bottom of the banner, there are four icons with corresponding text: a yellow cube for 'PLANES PARA STARTUPS', a green clock for 'SOPORTE EN HORARIO LABORAL', a glass of water for 'DATOS REALES', and a document for 'Objetividad y transparencia con'.

pirendo

Productos ▾ Clientes ▾ Blog ▾ Contacto Partners **Área Clientes** Solicitar Acceso

Analiza profesionalmente las redes sociales

Si tienes la necesidad de saber qué se está diciendo sobre tu marca, competidores y sector desde Pirendo te ayudamos a conocer a los consumidores y participar en la conversación.

- Descubre la personalidad de los interlocutores
- Averigua el alcance de tus mensajes
- Identifica y atrae a los líderes de opinión
- Estudia a tu competencia, analiza su presencia en las redes

PLANES PARA STARTUPS
Empresas, consultores, incluso

SOPORTE EN HORARIO LABORAL
Atención y soporte en tiempo real

DATOS REALES
Objetividad y transparencia con

<http://pirendo.com/>



The image shows the Metricool website landing page and a screenshot of its dashboard. The landing page features a dark background with a geometric pattern and a person using a tablet. The Metricool logo is prominently displayed, along with the tagline 'La herramienta definitiva para analizar, gestionar y medir el éxito de todos tus contenidos digitales.' and the text 'Gratuita. Completa. Intuitiva.' A large green button says 'Regístrate GRATIS' and smaller text indicates 'Planes Premium desde \$9.99'. An 'Entrar' button is in the top right corner.

The dashboard screenshot shows the 'Evolution' tab selected. It includes a sidebar for 'Web / Blog' with links to Twitter, Facebook, Instagram, and LinkedIn. The main area displays five key metrics in colored boxes: 260K Page views (blue), 208K Visits (green), 200K Visitors (pink), 5 Posts (orange), and 41 Comments (purple). Below these is a line graph showing trends over time. The top navigation bar includes 'Evolution', 'Real time', and 'Planning' tabs, and a date range selector set to '12/16/2015 - 01/15/2016'.

The image displays the Audiense website interface, which is split into two main sections. The left section, titled "Purchase influence factors", features a table with columns for "Rank" and "Factor". It lists three factors: "Brand name", "Social media", and "Online ads", each with a corresponding icon and a description. A blue button labeled "EXPLORA LA PLATAFORMA" is positioned below the "Social media" factor. The right section, titled "Connect", features a background image of a group of people looking at a smartphone. It includes the text "La plataforma de Marketing #1 para Twitter" and a button labeled "EMPIEZA EL TRIAL".

audience:

PRODUCTOS CLIENTES RECURSOS SOBRE NOSOTROS INICIAR SESIÓN

Rank Factor

Full audience Global General Baseline

1 Brand name
Members of this audience that are likely to be

2 Social media
Members of this audience that are likely to be influenced by social media

3 Online ads
Members of this audience that are likely to be

EXPLORA LA PLATAFORMA

Connect
La plataforma de Marketing #1 para Twitter

EMPIEZA EL TRIAL

Al navegar por nuestro site aceptas el uso de cookies

The image shows a screenshot of the Iconosquare website's landing page. The background is a photograph of two hands holding a smartphone, which displays a grid of Instagram posts. The person holding the phone has a colorful beaded bracelet on their wrist. The website's navigation bar is at the top, featuring the Iconosquare logo, links for Features, Pricing, Resources, Rankings, and Blog, a Log in button, a Start a free trial button, and language options for EN and FR. The main heading is 'Instagram Analytics & Management Platform'. Below it, a subheading reads 'Grow on Instagram with easy-to-use analytics and exclusive features. All this in one place.' A green 'GET STARTED' button is positioned below the subheading. Underneath the button, it says '14-DAY FREE TRIAL. NO CREDIT CARD REQUIRED.' At the bottom of the page, a dark blue banner contains the text 'Join the 37,000+ businesses, agencies and influencers on Iconosquare.'

<https://pro.iconosquare.com/>

Considerar siempre los “KPI”

KEY PERFORMANCE INDICATORS

¿Qué son los KPI?

En español significa "indicadores claves de desempeño", es decir, aquellas variables, factores o unidades de medida que consideramos "estratégicas" en nuestra empresa, y que por ende influyen directamente en las decisiones que tomemos respecto a ella.

S → Específicos
M → Medibles
A → Alcanzables
R → Relevantes
T → Escalables en el tiempo



¿CÓMO PODEMOS ESTABLECER LOS KPI?

- 1- Debemos establecer los objetivos de nuestro sitio y el target al que queremos apuntar
- 2- Debemos evaluar cuáles serán las métricas más indicadas en relación al promedio que estamos usando

Herramientas para analizar los KPI

Google Analytics, Social Mention, Social Gest, Instameter, Google Trends, Open Facebook Search, Iconosquare, Metricool

Mide y verás lo lejos que has llegado. @SYimin

Realizado por: Yi Shum yiminshum.com @SYimin



Algunos “KPI” en Marketing Digital

Los principales KPI en Marketing Digital

@facchinjose

@Davidsotero



EJEMPLOS

KPI en redes sociales

DE INTERACCIÓN

(Muy ligados al análisis del engagement)
Twitter: número de menciones, retweets y Favoritos.
Pinterest: comentarios, repines y cantidad de "me gusta".
Google Plus: número de comentarios, "+1" y compartidos.
Facebook: número de comentarios, "Me gusta" y compartidos.

CRECIMIENTO DE LA COMUNIDAD

Cantidad de seguidores conseguidos y perdidos en un período de tiempo, seguidores especializados...

VISIBILIDAD EN CANALES SOCIALES

El número de menciones recibidas o de retweets y compartidos pueden ser buenos indicadores KPI.

KPI de una página web o blog

USUARIOS, SESIONES Y PÁGINAS VISTAS

Sesiones: visitantes nuevos y los recurrentes

Usuarios: visitantes únicos de la web.

Páginas vistas: indica cuántas páginas ha visto un mismo usuario.

TASA DE REBOTE

Porcentaje de visitantes que se marchan de tu web sin interactuar o ver más de una página.

CANALES QUE NOS APORTAN TRÁFICO

¿Cuántos visitantes has conseguido a través de Google?
¿Y de canales sociales? ¿Referrals?

CTR (CLICK THROUGH RATIO)

Ratio de clics que consigue una publicación entre todas las impresiones recibidas.

TIEMPO DE PERMANENCIA

¿Cuánto tiempo duran las visitas de los usuarios?

PALABRAS CLAVE RELEVANTES

¿Cuáles son las keywords de mejor rendimiento y qué promedio de tráfico consiguen?



KPI en email marketing

3 MÉTRICAS RELACIONADAS CON LAS LISTAS DE SUSCRITORES

1. Suscriptores conseguidos.
2. Suscriptores perdidos.
3. Ubicación geográfica.



3 MÉTRICAS RELACIONADAS CON EL ENVÍO DE NEWSLETTERS

1. Tasa de apertura.
2. Porcentaje de clics en los enlaces.
3. Usuarios que se han dado de baja de la lista.



Datos by:
www.davidsotero.com

KPI
Imágenes: Shutterstock

Infografía by:
www.josefacchin.com

Hablemos de los **contenidos**

De acuerdo a su formato



Texto



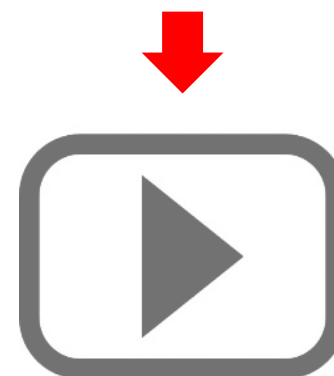
Imagen



Transición




Audio



Vídeo

Sesión en
Vivo

Vídeo: contenido multimedia de preferencia

Si **You** es el segundo
buscador más utilizado
actualmente en el
mundo...

Sería ideal posicionar mi marca con
estrategias de **videomarketing**



Sería ideal posicionar mi marca con
estrategias de **videomarketing**

vimeo

Sería ideal posicionar mi marca con
estrategias de **videomarketing**

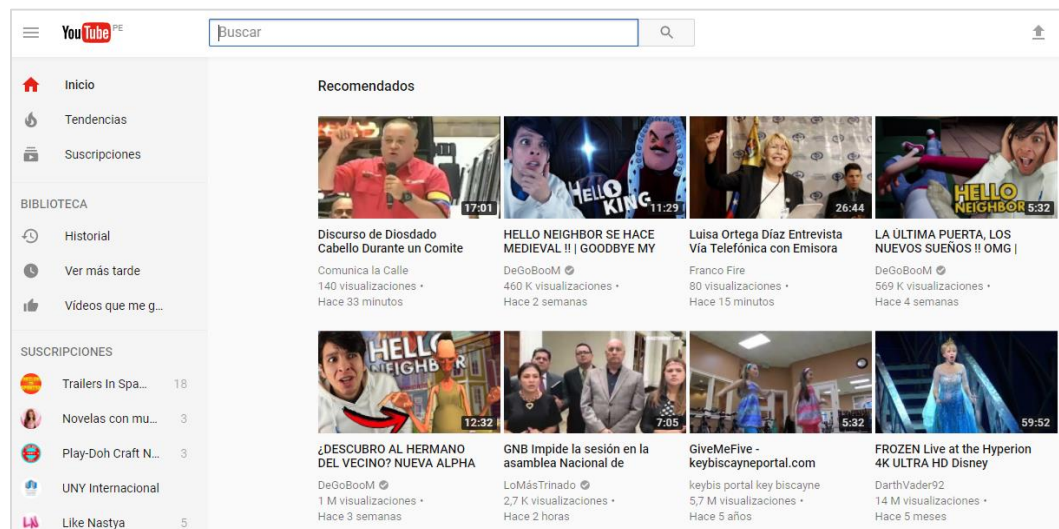
The Dailymotion logo, consisting of the word "dailymotion" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

dailymotion

Sería ideal posicionar mi marca con
estrategias de **videomarketing**



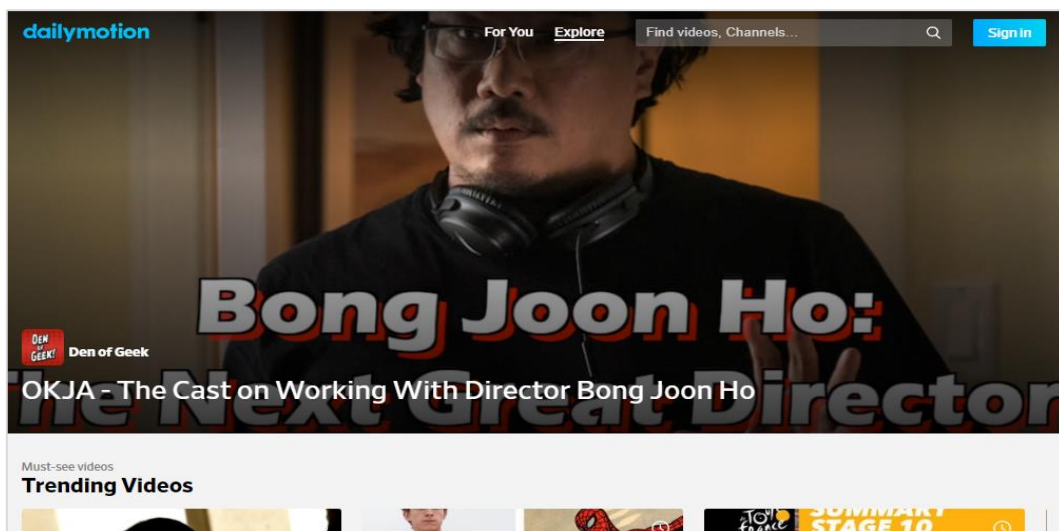
Algunas diferencias entre las plataformas



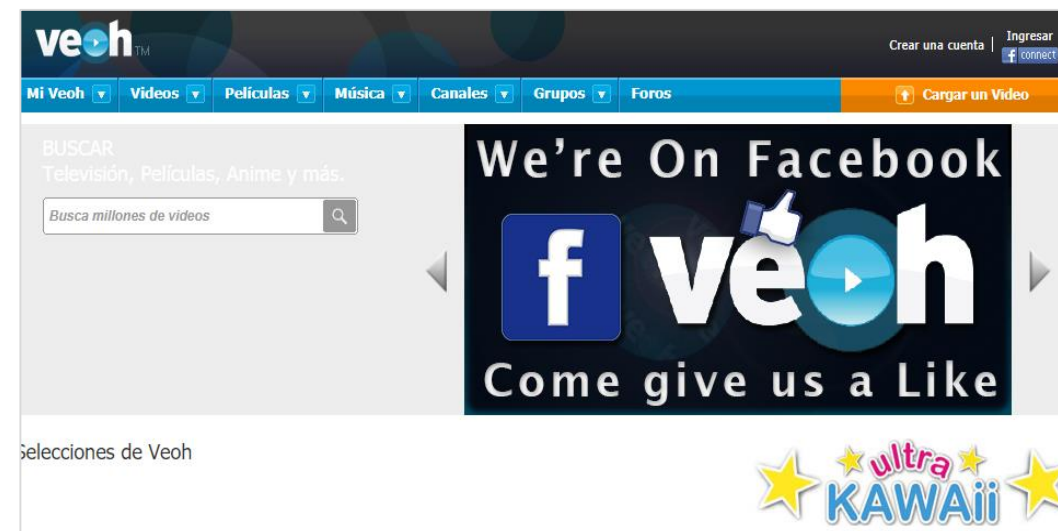
<https://www.youtube.com/>



<https://vimeo.com/>



<http://www.dailymotion.com/us>



<http://www.veoh.com/>

Sesiones en vivo: el valor de la sincronicidad

YouTube | Academia de creadores

INICIO MI PERFIL MI PROGRESO

 CURSO
Técnicas de producción

LECCIÓN 1
Haz una emisión en directo

- Aprender
- Pruébalo
- Cuestionario


LECCIÓN 2
Aprovecha las frecuencias de imagen

EXAMEN DEL CURSO

Lección: Haz una emisión en directo



<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/big-events-live?hl=es>

 **WEBINARJAM**
AUDIENCE, INFINITE

Just Released! Full Motion HD
Live Broadcasting Technology Super
Sharp Video with up to 6 Presenters

On Demand


Support

Members


Sign Up

The **ONLY** Webinar System that Produces a Complete **Live Stream Event**

From Registration to Replay

 **WEBINARJAM**
AUDIENCE, INFINITE

Nothing grows your business



<https://www.webinarjam.com/>

Hablemos de la **analítica**

Analiza datos para tomar decisiones

Marketing Analítico

BIG DATA

Big data o macrodatos es un término que hace referencia a una cantidad de datos tal que supera la capacidad del software convencional para ser capturados, administrados y procesados en un tiempo razonable.

El volumen de los datos masivos crece constantemente. En 2012 se estimaba su tamaño de entre una docena de terabytes hasta varios petabytes de datos en un único conjunto de datos.

En la metodología MIKE2.0 dedicada a investigar temas relacionados con la gestión de información, definen big data en términos de permutaciones útiles, complejidad y dificultad para borrar registros individuales.

DATA MINING

La minería de datos o exploración de datos es un campo de la estadística y las ciencias de la computación referido al proceso que intenta descubrir patrones en grandes volúmenes de conjuntos de datos. Utiliza los métodos de la inteligencia artificial, aprendizaje automático, estadística y sistemas de bases de datos.

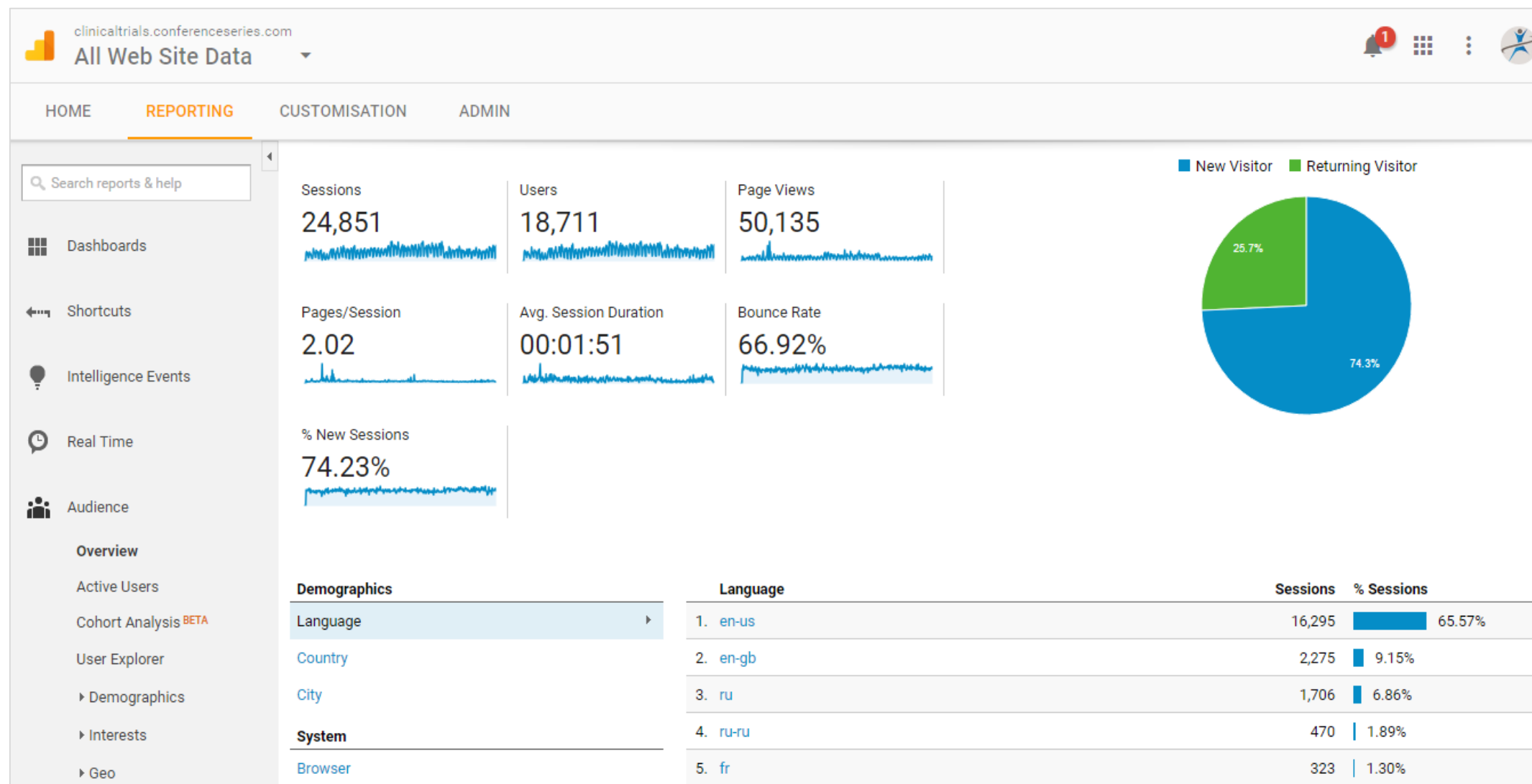
La tarea de minería de datos real es el análisis automático o semi-automático de grandes cantidades de datos para extraer patrones interesantes hasta ahora desconocidos, como los grupos de registros de datos (análisis clúster), registros poco usuales (la detección de anomalías) y dependencias (minería por reglas de asociación).

BUSINESS INTELLIGENCE

Se denomina inteligencia empresarial, inteligencia de negocios o BI, al conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitectura técnicas, los cuales están enfocados a la administración y creación de conocimiento sobre el medio, a través del análisis de los datos existentes en una organización o empresa.

Las herramientas de inteligencia se basan en la utilización de un sistema de información de inteligencia que se forma con distintos datos extraídos de la producción, con información relacionada con la empresa o sus ámbitos, y con datos económicos.

Algunas plataformas



Atento de sus preguntas

consultor@rafaelmartinez.com
+51 950 855 596