

Estrategias, Técnicas y Herramientas del Marketing Digital

Integrantes: Daniel Sierra, Pablo Vargas, Ricardo Herrera

Materia: Negocios Digitales y Marketing Digital

Fecha: 29/06/2025

Introducción

El marketing digital utiliza canales digitales para promocionar productos y servicios, llegar a audiencias específicas y generar valor para las marcas. En un entorno cada vez más conectado, conocer las principales estrategias, técnicas y herramientas digitales es fundamental para competir eficazmente.

Estrategias de Marketing Digital

Marketing de Contenidos

Consiste en crear y distribuir contenido relevante para atraer y retener una audiencia. Ejemplo: El blog de HubSpot publica guías gratuitas para captar leads.

SEO (Search Engine Optimization)

Optimización de sitios web para aparecer en los primeros resultados de búsqueda en Google. Ejemplo: Una tienda de zapatos optimiza su web para 'zapatillas running hombre'.

SEM (Search Engine Marketing)

Campañas pagadas en motores de búsqueda como Google Ads. Ejemplo: Publicidad pagada para la palabra clave "hoteles en Quito".

Email Marketing

Envío de correos electrónicos personalizados para mantener el contacto con los clientes. Ejemplo: Amazon envía ofertas basadas en compras anteriores.

Marketing en Redes Sociales

Uso de plataformas como Facebook, Instagram o TikTok para interactuar con los usuarios. Ejemplo: Coca-Cola lanza retos virales en TikTok.

Inbound Marketing

Técnica de atracción que combina contenido, redes sociales y automatización. Ejemplo: Una empresa ofrece un eBook a cambio del correo electrónico del usuario.

Marketing de Influencers

Colaboración con personas con gran audiencia digital para promocionar productos. Ejemplo: Un influencer de moda promociona una nueva línea de ropa en Instagram.

Técnicas Digitales de Apoyo

- Lead Magnet: Ofrecer un recurso gratuito a cambio del contacto del cliente (eBooks, plantillas).
- A/B Testing: Comparar dos versiones de un anuncio o correo para ver cuál funciona mejor.
- Retargeting: Publicidad dirigida a personas que ya visitaron el sitio web.
- Copywriting persuasivo: Redacción enfocada en convertir lectores en clientes.

Herramientas Digitales

Herramienta	Función	Ejemplo de uso
Google Analytics	Medición de tráfico web	Analizar qué páginas son más vistas.
SEMRush / Ahrefs	Análisis SEO y de competencia	Saber qué palabras clave usa la competencia.
Canva	Diseño gráfico para contenido digital	Crear banners, posts o infografías.
Mailchimp	Automatización de correos electrónicos	Enviar newsletters programadas.
Meta Ads Manager	Gestión de campañas en Facebook e Instagram	Crear anuncios por objetivos.
Hootsuite / Buffer	Programación de publicaciones en redes	Publicar automáticamente en varias redes.
ChatGPT	Generación de contenidos y automatización	Crear descripciones de productos rápidamente.

Conclusiones

El marketing digital ofrece múltiples estrategias complementarias para alcanzar al público adecuado, en el momento justo y con el mensaje correcto. El uso de herramientas adecuadas potencia los resultados y permite una gestión profesional de la presencia online.

Referencias

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. Wiley.
- HubSpot. (2024). <https://www.hubspot.com>
- Google Ads Help. (2024). <https://support.google.com/google-ads>
- Meta for Business. (2024). <https://business.facebook.com>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing (7th ed.). Pearson Education.