

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

INTRODUCCIÓN DEL SILABO

Marketing Digital: Definición y Conceptos

El marketing digital es el conjunto de estrategias y acciones de promoción y comercialización de productos o servicios a través de canales digitales.

Su objetivo principal es conectar con los consumidores en entornos digitales como redes sociales, motores de búsqueda, sitios web y correo electrónico para atraer, convertir y fidelizar clientes.

1.-El marketing digital: Es un conjunto de técnicas y estrategias que promueven a una marca en entornos de internet como los sitios web, buscadores y redes sociales.

2.-Marketing Digital: Es un conjunto de informaciones y acciones que pueden ser hechas en diversos medios digitales con el objetivo de promover empresas y productos.



Conceptos Claves del Marketing Digital

1.-SEO (Search Engine Optimization): Optimización de sitios web para mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda como Google.

2.-SEM (Search Engine Marketing): Publicidad pagada en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad de una marca.

3.-Redes Sociales: Uso de plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok para interactuar con clientes y promocionar productos o servicios.

4.-Email Marketing: Envío de correos electrónicos personalizados para generar ventas y fidelización.

5.-Marketing de Contenidos: Creación y distribución de contenido relevante para atraer y educar a la audiencia.

6.-Analítica Digital: Medición y análisis de datos para optimizar campañas y mejorar el rendimiento.

Inbound Marketing

El **Inbound Marketing** es una metodología dentro del marketing digital que busca atraer clientes de manera orgánica mediante contenido relevante y experiencias personalizadas. En lugar de interrumpir al usuario con publicidad invasiva, el inbound marketing lo guía a través de un proceso de descubrimiento y decisión de compra.

Fases del Inbound Marketing

1. **Atracción:** Se utilizan blogs, SEO, redes sociales y contenido de valor para atraer tráfico cualificado.
2. **Conversión:** Se capturan leads mediante formularios, landing pages y llamadas a la acción (CTAs).
3. **Cierre:** Se emplean estrategias como email marketing y automatización para convertir leads en clientes.
4. **Fidelización:** Se mantiene la relación con los clientes a través de contenido útil y experiencias personalizadas.

El inbound marketing es clave en estrategias digitales modernas porque mejora la experiencia del usuario y construye relaciones duraderas con la audiencia.

¿Cuál es la importancia del marketing digital?

Lo más importante es que el marketing digital reduce los costos generales de marketing y fortalece el conocimiento de tu marca.

Si tu estrategia de marketing principal es la televisión y la publicidad impresa, la única forma de aumentar la conciencia es aumentar tu inversión publicitaria.

¿Qué genera el marketing digital?

El marketing digital permite a las empresas utilizar canales en línea para promocionar su marca y aumentar su visibilidad, lo que puede generar una mayor conciencia de marca y, a su vez, aumentar las oportunidades de negocio.



1.-La web 1.0 eran las webs estáticas. Empezaron a desarrollarse en los años 90.

Solo permitían la lectura, y las personas usuarias no podían interaccionar de ninguna forma.

En la web 1.0 la información era unidireccional y el papel de las personas únicamente era consumir el contenido.

A pesar de ser la primera versión de internet, a mucha gente le resultaba difícil utilizarla y navegar por ella, porque no tenía en cuenta la usabilidad.



2.-La web 2.0 es la web dinámica

El contenido no se consume de forma pasiva, sino que las personas usuarias podemos crearlo y personalizarlo.

Es la segunda generación de la World Wide Web,(Es un sistema interconectado de páginas web públicas accesibles a través de Internet.). Comenzó a mediados de la primera década de este siglo.

- Era producido por unos pocos y consumido por muchos.
- El objetivo de la web 2.0 es compartir conocimiento.
- Permite a los usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar el contenido del sitio web, algo que no se podía hacer en la web 1.0.
- El consumidor es ahora quien genera el contenido de calidad, en lugar del modelo tradicional en el que el contenido



La Web 3.0 es la web semántica

Es la nueva generación de Internet, en la que la información es más fácilmente accesible y comprensible.

- Es la web inteligente, en la nube, las aplicaciones y la web “multidispositivo”.
- Con el Marketing digital los usuarios
- pueden hablar libremente de la marca y con la marca.

Evolución de la Web

Evolución de la Web



¿Qué es un TARGET?

Es el público al que vamos a dirigir nuestro producto o servicio.

Es aquel grupo de personas que debido a sus cualidades y características tienen un alto potencial, o alta probabilidad de que pueda llegar a ser un consumidor de nuestro producto o servicio.

A este grupo de personas deben ir enfocados todos los esfuerzos de marketing para atraerlos a nuestra marca.

Es decir, es toda aquella persona que puede llegar a interesarle lo que vendemos.



¿QUÉ ES EL TARGET?

1**TÉCNICAMENTE EL TARGET**

Es el segmento del mercado al cual está dirigida la venta de un producto o servicio

#EnPocasPalabras
La persona a la cual quieres conquistar para que se enamore de tu **PRODUCTO**



#MARKETINGPARAPRINCIPIANTES

Image designed by **Beneficios:**

En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas, alcance global, inmediatez y precisión en el target.

El marketing digital es la aplicación de estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales.



