

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

**PUBLICIDAD DIGITAL Y ANALÍTICA
WEB FORMATOS PUBLICITARIOS
FORMATOS DISPLAY ONLINE**

PUBLICIDAD DIGITAL Y ANALÍTICA WEB Formatos publicitarios, Formatos display online Integrados, flotantes y expansibles .

Publicidad Digital

Es el conjunto de estrategias y acciones de marketing que se llevan a cabo en medios y plataformas digitales con el objetivo de promocionar productos, servicios o marcas.

Se diferencia de la publicidad tradicional porque aprovecha el entorno online para llegar a audiencias específicas, permitiendo una mayor segmentación, interactividad y medición del rendimiento en tiempo real.

Diferencias entre publicidad digital y publicidad tradicional

1.-Flexibilidad

Un ejemplo de flexibilidad es la rapidez con la que los anuncios digitales pueden publicarse.

El proceso de impresión y distribución de anuncios a través de los canales tradicionales (enviar periódicos, pintar un cartel o valla) puede llevar una cantidad significativa de tiempo.

En contraste, la publicidad digital puede tener un plazo mucho más corto y aparecer en un sitio web casi inmediatamente después de que se crea el anuncio.



2.-Precisión

Los anuncios tradicionales en revistas, en televisión o en cartel o valla llegan a cualquiera que los vea.

En contraste, la publicidad digital te permite utilizar diferentes métodos de segmentación con el fin de mejorar la precisión y llegar a audiencias que tienen más probabilidades de mostrar interés en tu anuncio.

¿Por qué es importante la publicidad digital?

Los anuncios digitales son una parte crucial de la estrategia de marketing de cualquier empresa.

Hoy en día los consumidores pasan cada vez más tiempo conectados a Internet a través de sus computadoras, smartphones y dispositivos de casa inteligente.



¿Cuáles son los diferentes tipos de publicidad digital?

1.-Publicidad de búsqueda

Los anuncios de búsqueda, también llamados marketing en motores de búsqueda (SEM), aparecen en las páginas de resultados de motores de búsqueda (SERP).

Por lo general, se trata de anuncios de texto que aparecen sobre los resultados de búsqueda orgánicos o junto a ellos.

2.-Publicidad de display

Los anuncios de display son anuncios en línea que utilizan texto y elementos visuales, como una imagen o animación, y que pueden aparecer en sitios web, aplicaciones y dispositivos.

Aparecen en el contenido de un sitio web o junto a él.

3.-Anuncios de video en línea

Los anuncios de video en línea son anuncios que utilizan un formato de video.

Los anuncios de video out-stream aparecen en lugares similares a los anuncios de display:

sitios web, aplicaciones y dispositivos.

Los anuncios de video aparecen antes, durante o después del contenido de video.

4.-Publicidad en medios de streaming

También conocidos como over-the-top (OTT), son un tipo específico de anuncios de video que se muestran en contenidos de medios de streaming por Internet, sin necesidad de satélite o cable.



5.-Publicidad de audio

En el contexto de la publicidad digital, los anuncios de audio son anuncios que se reproducen antes, durante o después de los contenidos de audio en línea, tales como podcast o música en streaming.

6.-Publicidad en redes sociales

- Los anuncios en redes sociales aparecen en plataformas de redes sociales, como Twitter o LinkedIn.
- Costo de la publicidad digital

la publicidad digital se puede medir con diferentes estadísticas de marketing (con qué frecuencia aparece un anuncio, se hace clic en él, conduce a una venta, etc.), los precios pueden adaptarse a la función prevista del anuncio.



Segmentación para anuncios digitales

- Llegar a audiencias relevantes aumenta el éxito de tus anuncios digitales y evita que gastes tu presupuesto de marketing en mostrar anuncios a audiencias que no estarían interesadas en tu producto o servicio.
- Estadísticas de publicidad digital
- Los anuncios digitales se pueden medir en casi todos los aspectos del desempeño.
- Para medir tu campaña de publicidad digital, puedes usar estas estadísticas de interacción:

- 1.-Clics: El número de veces que se hace clic en tu anuncio
- 2.-Impresiones: El número de veces que aparece tu anuncio
- 3.-Tasa de clics (CTR): El porcentaje de impresiones que resultan en un clic.
- 4.-Alcance: A cuántos espectadores se muestra tu anuncio.
- 5.-Índice de visualizaciones completas del video: Cuántas veces los espectadores a los que se les muestra tu anuncio de video ven todo el anuncio.

Las siguientes estadísticas miden los resultados de tu campaña:

- 1.-Tasa de conversión.
- 2.-Ventas atribuidas a anuncios.
- 3.-Retorno de la inversión publicitaria (ROAS).
- 4.-Retorno de la inversión (ROI).
- 5.-Costo publicitario de ventas (ACOS).
- 6.-Ventas a clientes nuevos de la marca.

1.-Tasa de conversión: El número de veces que los clientes realizaron una acción deseada (clic, compra, suscripción) después de ver tu anuncio.

2.-Ventas atribuidas a anuncios: Compras que se pueden rastrear hasta tu anuncio (los modelos de atribución varían según el tipo de anuncio y el servicio)

3.-Retorno de la inversión publicitaria (ROAS): La cantidad de ingresos generados por tu campaña publicitaria en relación con el presupuesto que gastaste.

4.-Retorno de la inversión (ROI): El beneficio neto que obtuviste de tu campaña publicitaria en relación con el presupuesto que gastaste.

5.-Costo publicitario de ventas (ACOS): La relación entre la inversión publicitaria y las ventas atribuidas a los anuncios

6.-Ventas a clientes nuevos de la marca: El número de compras que fueron hechas por clientes que nunca antes te habían comprado.



Algunas Prácticas recomendadas y consejos sobre publicidad digital:

La estrategia de publicidad digital puede ser compleja, pero hay algunas prácticas recomendadas clave con las que deberías comenzar:

1.-Llega a la audiencia adecuada

Aprovecha la precisión que ofrece la segmentación de publicidad digital para llegar a audiencias relevantes que tienen más probabilidades de encontrar tu anuncio relevante e interactuar con él.

2.-Seguimiento del desempeño

Las estadísticas de desempeño para anuncios digitales se pueden rastrear más en tiempo real que los formatos de anuncios tradicionales.

Mantente al día sobre el desempeño de tu campaña publicitaria para que puedas ver qué funciona y qué no, y puedas ser eficiente con tu inversión publicitaria.

3.-Pruebas y optimización

Puedes personalizar prácticamente todos los aspectos de los anuncios digitales, desde la copia hasta los recursos visuales, a qué segmentos de audiencia estás llegando, cuál es tu presupuesto y mucho más.

La mejor manera de alcanzar el éxito con tu campaña publicitaria digital es seguir probando variables para optimizar el desempeño.

4.-Sé auténtico

Los anuncios digitales son cada vez más sofisticados.

Lo mismo sucede con tu audiencia

Las audiencias en línea son exigentes, por lo que un texto sin tanto esfuerzo o un contenido publicitario irrelevante no te prepararán para el éxito.

En todos los aspectos de tu estrategia de publicidad digital (tus recursos visuales, los mensajes, incluso las audiencias a las que eliges llegar)

Debes ser auténtico sobre lo que tienes para ofrecer, de modo que puedas atraer genuinamente a tu audiencia.



Analítica web

La analítica web es una disciplina que se dedica a medir, procesar, analizar y reportar información relacionada con el sitio web o la aplicación móvil para entender cómo los usuarios lo están utilizando, poder optimizarlo y mejorar los resultados.

BENEFICIOS DE LA ANALÍTICA WEB



La publicidad digital son Las características principales de la Segmentación precisa:

- 1.-Permite Medición en tiempo real
- 2.-Diversidad de formatos
- 3.-Los Interactividad

Ejemplos de plataformas y Publicidad en redes sociales

Publicidad en motores de búsqueda (SEM) :

- Exhibición publicitaria
- Publicidad en video



Analítica Web

Entre los beneficios clave de la analítica es Medir el tráfico.

- Fuentes de tráfico :
- Comportamiento del usuario :
- Optimización de campañas :

Proporciona datos ,Herramientas de análisis web populares incluyen Google Analytics

En resumen, la publicidad digital y el análisis web van de la mano para crear campañas efectivas y optimizadas, proporcionando una forma efectiva en publicidad.



