



INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

GLOSARIO DE TÉRMINOS



TRAFICO REFERIDO

RETARGETING/REMARKETING

LANDING PAGE

TASA DE REBOTE

ROI

CPC

CPM - IMPRESIÓN

CPA

CONVERSION - TASA DE CONVERSIÓN

CTR

CALL TO ACTION

TRAFICO DIRECTO

82%

de la población total de Argentina es usuario activo de la internet

EL AUGE DE INTERNET

Crecimiento de los usuarios en LATAM



EL AUGE DE INTERNET



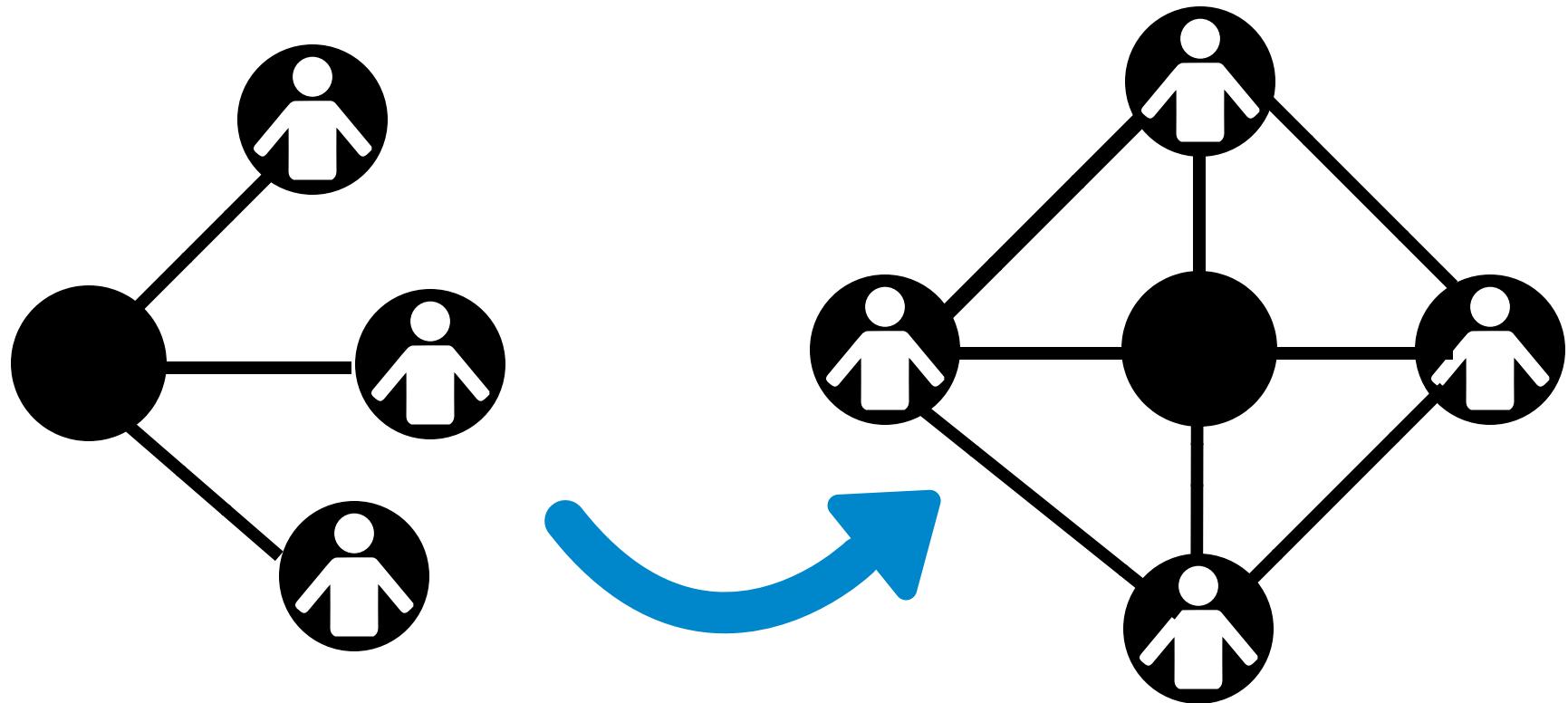
Según datos relevados por Comscore, Argentina con una población total de 43,85 millones posee una [población digital total de 32,3 millones de adultos](#)

COMSCORE

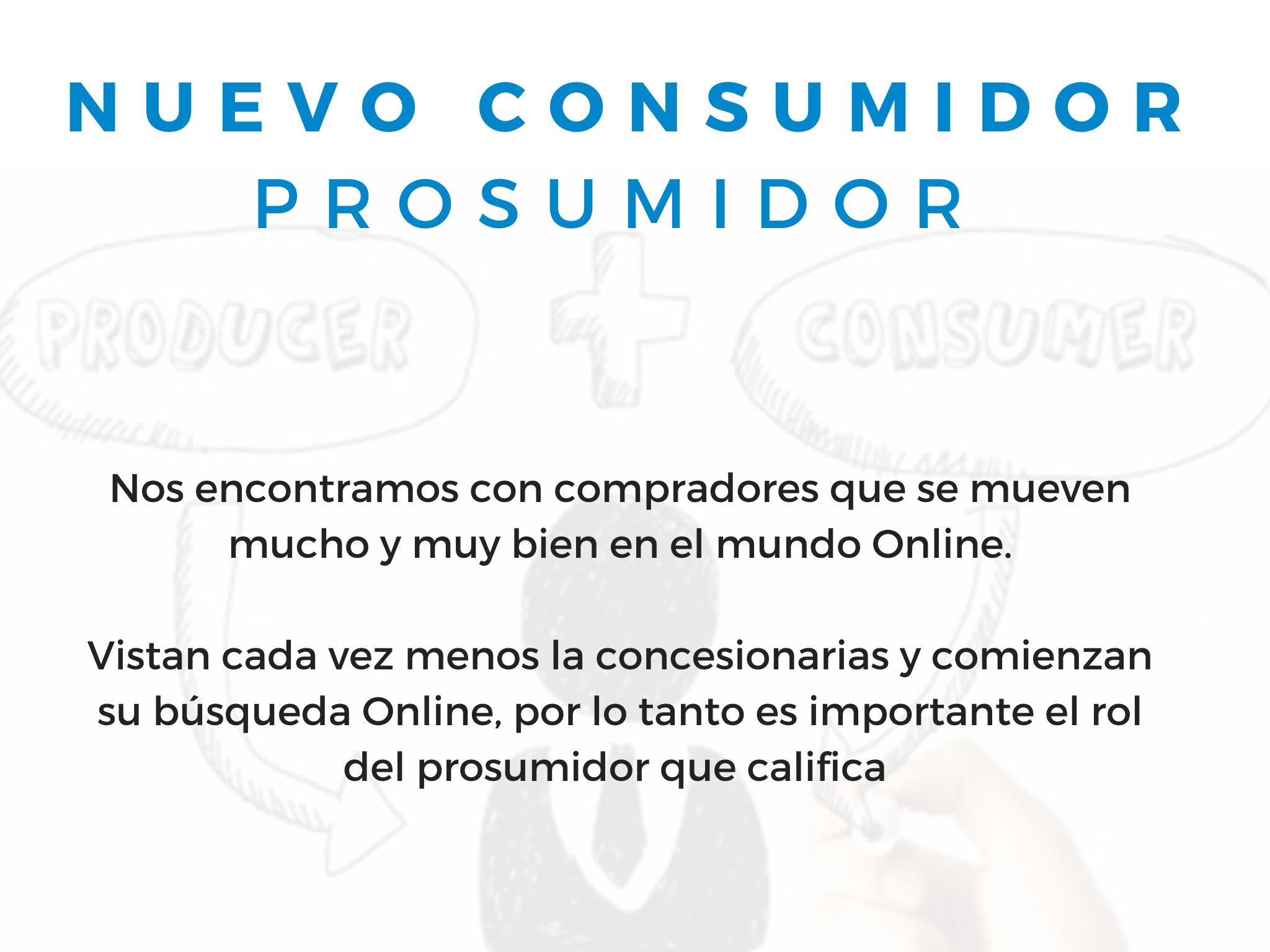
De los accesos a internet 6.226.209 son conexiones a internet fijas, mientras que 11.113.081 corresponden al acceso mediante su smarthphone.

INDEC

HACIA UNA NUEVA WEB



NUEVO CONSUMIDOR PROSUMIDOR



Nos encontramos con compradores que se mueven mucho y muy bien en el mundo Online.

Vistan cada vez menos la concesionarias y comienzan su búsqueda Online, por lo tanto es importante el rol del prosumidor que califica

NUEVO CONSUMIDOR

+conectado

+informado

+crítico

+exigente

+inmediatista



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO

COMPRADOR 1.0

Poca información concentrada en los vendedores y fabricantes.



COMPRADOR 2.0

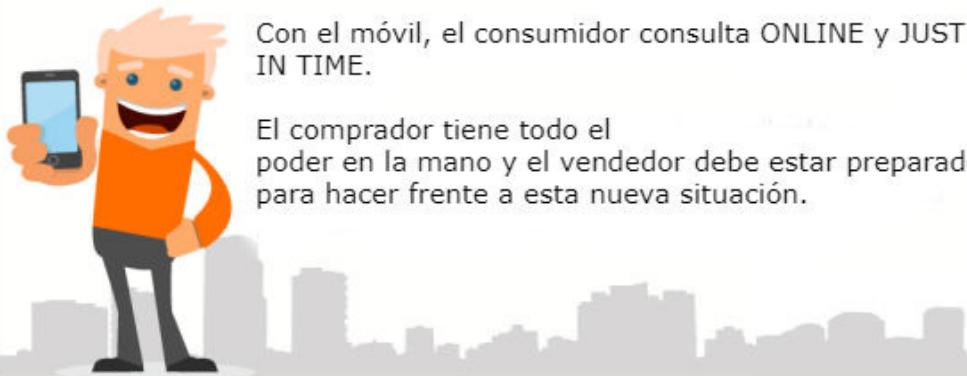
Con la llegada de Internet, el consumidor busca información de los productos, competidores, detalles de los vehículos y los valores! Todo instantáneamente.



COMPRADOR 3.0

Con el móvil, el consumidor consulta ONLINE y JUST IN TIME.

El comprador tiene todo el poder en la mano y el vendedor debe estar preparado para hacer frente a esta nueva situación.



Hoy el comprador de automóviles está 24 horas al día

El 35% de los consumidores "compran" cuando su concesionario / reventa está cerrado



REPUTACIÓN ONLINE

Es la opinión o consideración social que otros usuarios tienen de la vivencia online de una organización. La reputación online podría definirse como la valoración alcanzada por una empresa a través del uso o mal uso de las posibilidades que ofrece Internet.



ALINEACIÓN DE ESTRATEGIAS ONLINE Y OFFLINE

Es importante que tu estrategia online esté en concordancia con tu estrategia offline.

En nuestro caso la gestión de leads no solo debe realizarse en el salón sino que tiene que ser tratado de la misma forma online.

¿QUÉ ES SER OMNICALANL?

La omnicanalidad es la integración de todos los canales de comunicación existentes en el mercado.

El cliente indistintamente del canal utilizado recibe un trato unificado. De manera tal que un cliente que inició una consulta vía web debe ser atendido de la misma manera en el resto de los canales.





MARKETING TRADICIONAL

se enfoca principalmente en las ventas, centrando sus mecanismos de acción sobre el producto o servicio.

Sus canales de acción son los medios convencionales como las ventas directas, prensa, radio, televisión, ferias y exposiciones, anuncios o materiales impresos (material P.O.P), patrocinio.

Su principal desventaja es la incapacidad de realizar métricas



MARKETING DIGITAL

Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales: webs y blogs, redes sociales, plataformas de vídeo, foros, etc. Su objetivo principal es promover a las marcas, crear preferencia e incrementar las ventas.

Beneficios: su inmediatez, posibilidad de segmentación, de tener un feedback y medir las acciones.



BRANDING: apuntará a la construcción de la marca.
Foco en awareness y visibilidad de la marca.

PERFORMANCE: apuntará a la búsqueda de resultados.
Foco en conversiones/leads.

OBJETIVOS

S

M

A

R

T



ESPECIFICO

MEDIBLE

ALCANZABLE

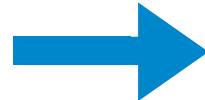
REALISTA

TIEMPO

¿CÓMO DEFINO LOS OBJETIVOS?



Atraer
Convertir



Las acciones se concentran en canales que nos permitan llevar tráfico a la web. El SEO, SEM, Blogs y las campañas en Redes Sociales serán un gran aliado.

Vender
Fidelizar



Apuntaremos a retener y fidelizar al cliente. Las campañas de email marketing, eventos y redes sociales esta vez serán los aliados

KPI: INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO

Nos permite medir el desempeño de la empresa en relación a nuestro objetivo

OBJETIVO:
que 60% de las ventas sea a través de la web

KPI's
Total de visitas a la web

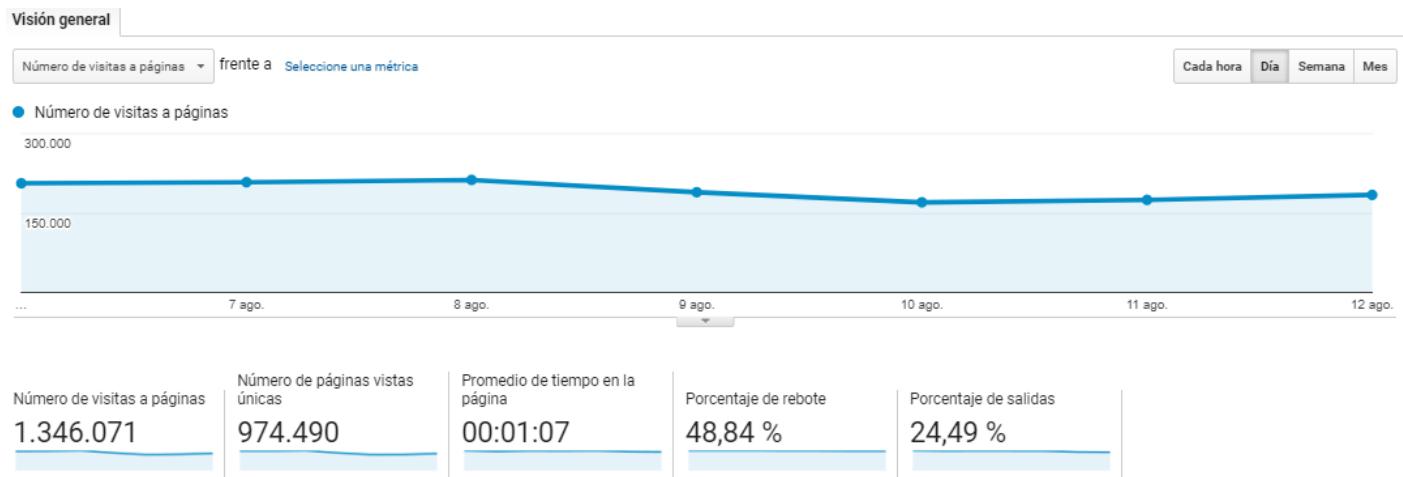
60% de tasa de conversión

Volumen de ventas

MEDICIÓN

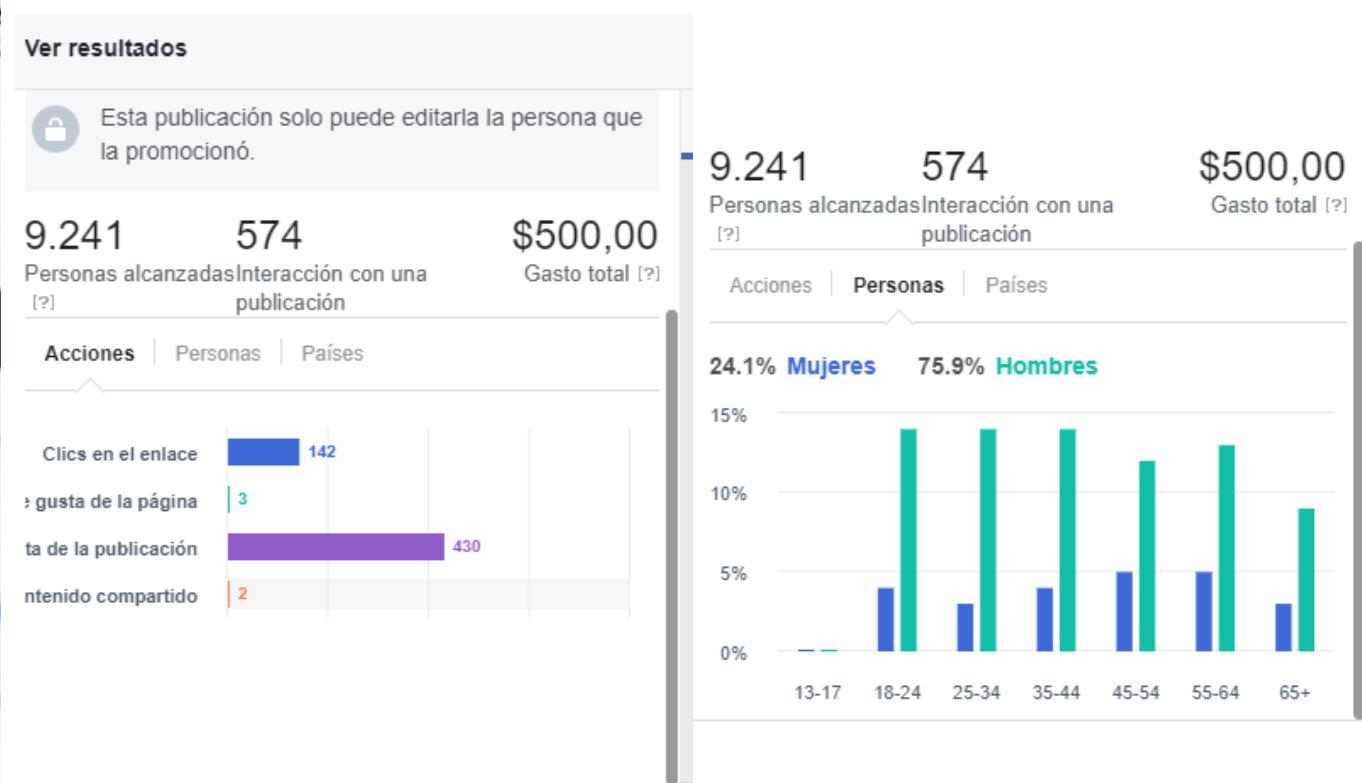
Herramientas para medir:

Google Analytics ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.



MEDICIÓN

Por otro lado, las Redes Sociales, las plataformas de Email-Marketing, etc. también contarán con su propia fuente de información



MEDIOS

MEDIOS PROPIOS



MEDIOS OBTENIDOS



MEDIOS PAGOS



GESTIONÁ TUS MEDIOS



Hábitos de respuesta y diálogo



Contenidos actualizados y acorde al público



Plan de gestión de crisis



Herramientas del MKT digital





Publicidad display

Son anuncios que se muestran en forma de banners en las páginas de destino y pueden ser tanto estáticos como animados.

Beneficios:

es medible, tiene grandes posibilidades de segmentación y tiene gran impacto visual.

The screenshot shows the homepage of the newspaper 'LA NACION'. At the top, there is a navigation bar with 'MENÚ', 'BUSCAR', the newspaper's logo, 'Club Descubrí tus beneficios', 'SUSCRIBIRTE', and 'INGRESAR'. Below the header, a prominent banner for 'BBVA Francés' promotes 'Viví la vida en Millas' with the tagline 'Todos los días un destino en oferta'. To the right of the banner is the 'LATAM PASS' logo with a call-to-action 'Canjeá hasta el 9/8'. The main content area features several news articles. One article is highlighted with a red box: 'En instantes, el fallo en la causa Ciccone: se define el futuro judicial de Boudou'. Below this, there is a live video feed labeled 'EN VIVO' and a link to 'EL CASO CICcone'. Other visible news items include 'Núñez Carmona se quebró durante su alegato y les pidió perdón a dos imputados' and 'LOS CUADERNOS DE LAS COIMAS El Aleph de la corrupción argentina'. There are also small images of political figures and a building.



Email marketing

Es una técnica utilizada por las marcas para contactar con su público objetivo a través del correo electrónico.

Tipos de contenidos:

Noticias

Ofertas

Reviews

Fotos y videos

Protege y arregla tu casa al mismo tiempo
Si no ves correctamente este mensaje, hacé click [acá](#)

 HIPOTECARIO SEGUROS



CAMBIÁ ESE VIDRIO ROTO.
GRATIS.

Sólo por este mes
CONTRATÁ EL SEGURO DE HOGAR Y DISFRUTÁ DE
ASISTENCIA DOMICILIARIA SIN CARGO
Aprovechá esta oferta y vas a obtener:

- Puesta a punto de aire acondicionado.
- Reparación y mantenimiento de electrodomésticos "línea blanca".
- Vidriero / Cerrajero / Electricista / Plomero / Gasista.

¡Pedí tu seguro ahora!

Si desea dejar de recibir emails comerciales de Flash-Daily, [pulse aquí](#) para darse de baja.
Recibe este mensaje porque actualmente karu_9406@hotmail.com está suscrito a Flash-Daily o
una de las bases asociadas.
También puede enviar un mensaje de correo electrónico a la dirección unsub@unsubscribeservices.com



Social media

Son los medios de comunicación sociales, como Facebook, twitter e Instagram, entre otros, en donde puede haber una relación directa con el consumidor y donde se ve la influencia del prosumidor

The screenshot shows a Facebook page for 'SANTIAMEN' (@santiamenmoda). The page header features a yellow logo with the text 'SANTI AMEN'. A main post on the timeline displays a woman in a blue outfit with the text '- FW 18 - NUEVA COLECCIÓN'. To the right of the post is a blue circular badge with the text 'MAJORISTA TIENDA ONLINE'. The left sidebar includes links for 'Inicio', 'Tienda', 'Información', 'Fotos', 'Videos', 'Newsletter', 'Publicaciones', 'Comunidad', and 'Información y anuncios'. The right sidebar contains a message from 'TIAMEN' with the text 'Normalmente responde en algunas horas' and 'A 68 mil personas les gusta esto, incluidos Michelle Furina y un amigo'. At the bottom, there's a 'Tienda' section showing product thumbnails and a message input field.



Marketing en buscadores

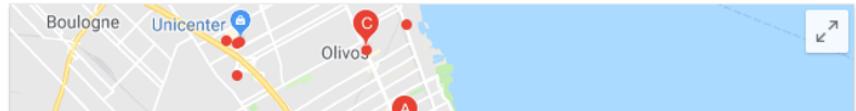
Posicionamos nuestra web
en los buscadores populares
como Google.

Existen dos tipos de
posicionamiento

SEM

SEO

The screenshot shows a Google search results page for the query "mc donalds". The top navigation bar includes "Google", a search bar with "mc donalds", a microphone icon, and a magnifying glass icon. Below the bar are links for "Todo", "Maps", "Imágenes", "Noticias", "Vídeos", "Más", "Preferencias", and "Herramientas". A search result for "Web Oficial de McDonald's | No te Pierdas De Lo Nuevo" is highlighted with a red border. This result is an ad from "www.mcdonalds.com.ar". Another result for "MC Donalds | Hacé Tu Pedido Online Aquí | PedidosYa.com.ar" is also highlighted with a red border. This result is an ad from "www.pedidosya.com.ar/DeliveryMcDonalds". A third result for "McDonald's - Argentina" is shown in a blue-bordered box. This result is from "www.mcdonalds.com.ar" and describes the website as a source of new offerings. The map at the bottom shows locations like Boulogne, Unicenter, and Olivos, with points A and C marked.





Google my business

Te permite informar directamente sobre tu negocio a los clientes cuando te busquen en el motor de búsqueda más utilizado actualmente.

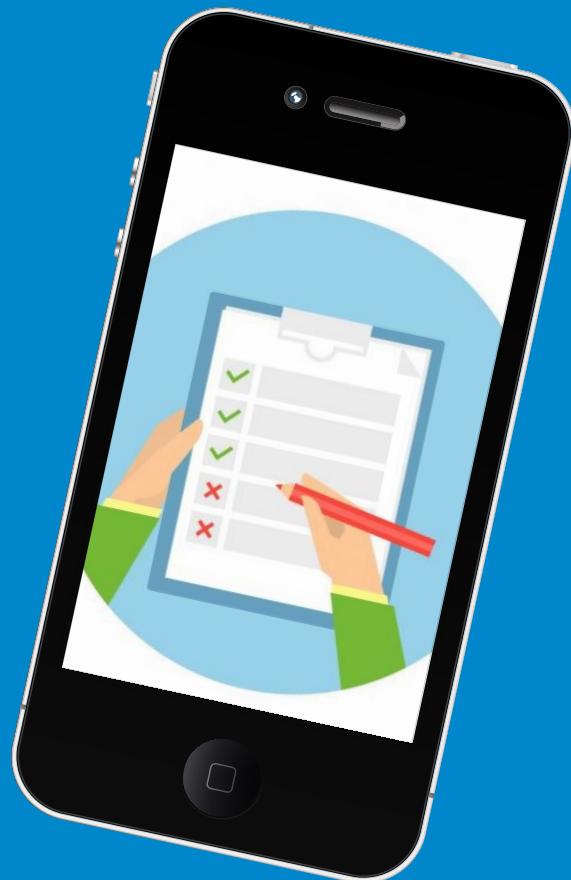
Podés compartir:
Tu ubicación
El horario de tu negocio
Tu numero de contacto
Tus clientes pueden puntuarte y dejar sus opiniones

The screenshot shows a Google My Business listing for 'demotores.com'. At the top, there's a map showing the location of 'Carrefour Hipermercado Vicente López' with a red pin. Below the map are two thumbnail images: one labeled 'Ver fotos' (View photos) showing the interior of a showroom, and another labeled 'Ver por fuera' (View outside) showing the exterior of a modern building. The business name 'demotores.com' is displayed with a star rating of 4.5 based on 13 reviews. Below the name, it says 'Concesionario de automóviles en Vicente López'. Detailed information follows: 'Dirección: 264, BEO, Av. del Libertador, B1638 Vicente López, Buenos Aires', 'Horario: Abierto - Horario de cierre: 18:00', 'Provincia: Provincia de Buenos Aires', and 'Teléfono: 011 5252-2900'. A link 'Sugerir una edición' is present. A section for user reviews starts with '¿Conoces este lugar? Responde unas preguntas rápidas'. At the bottom, there's a 'Preguntas y respuestas' (Questions and answers) section with a question from a user asking about publication fees, and a button 'Hacer una pregunta' (Ask a question).

TRIVIA

www.menti.com

código: 47 29 99



¿ PREGUNTAS ?