

# MARCOS VILLANUEVA

→ Portfolio Marketing



## INDICE

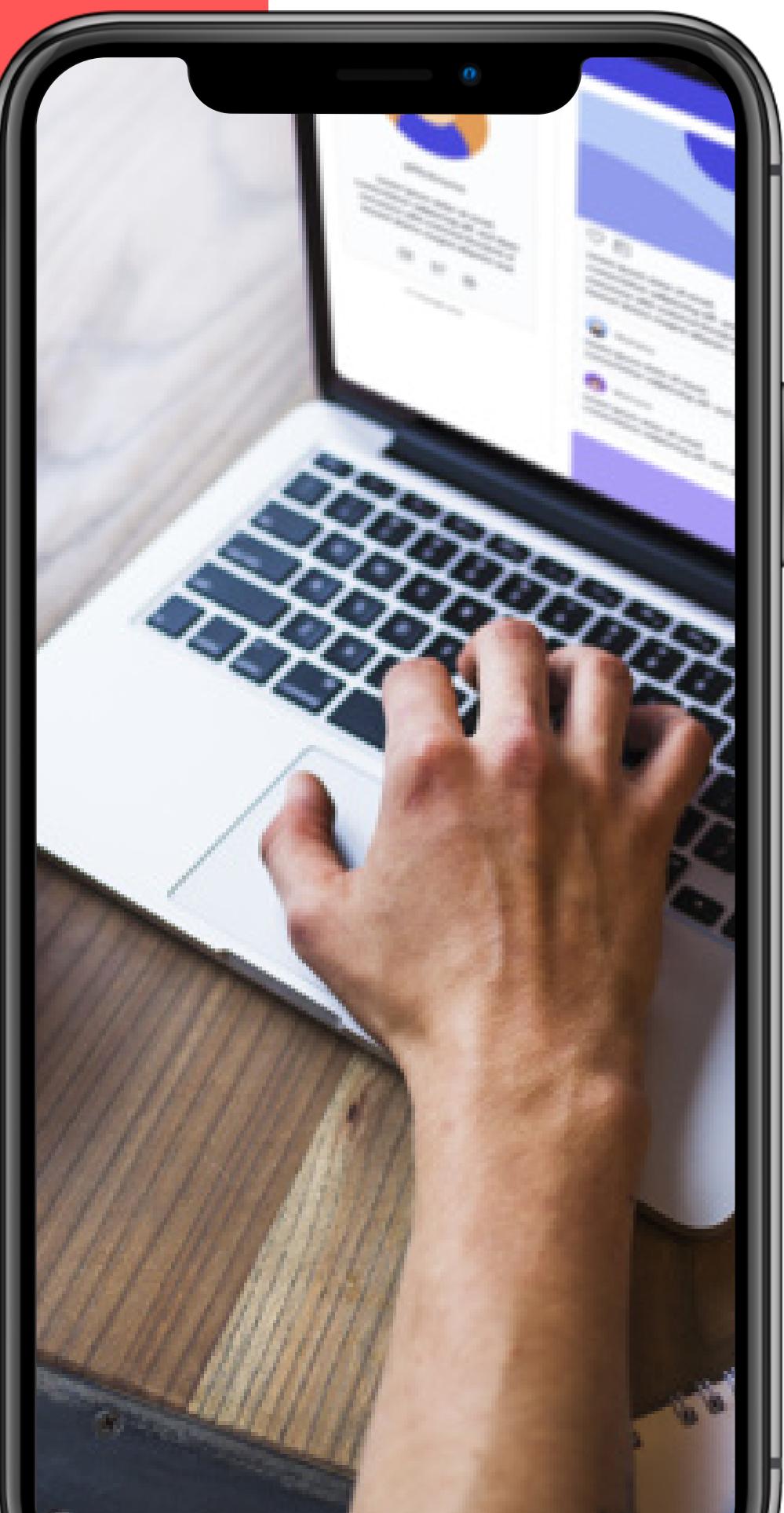
<b>INTRODUCCION.....</b>	3
<b>Modulo 1 : ESTRATEGIA.....</b>	4
Practica #1 Estrategia I	
Customer Persona	
Practica #2 Estrategia I	
Objetivos SMART	
<b>Modulo 2 : TECNOLOGIA.....</b>	9
Practica #3 Analítica Web y GTM	
Vinculación GTM y G.A	
Practica #4 Analytics	
Configuracion de Eventos	
<b>Modulo 3 : CONTENIDOS.....</b>	14
Practica #1 Contenidos I	
Tono y Personalidad de Marca	
Practica #2 Redes Sociales I	
Practica #3 Redes Sociales I	
Practica #1 Redes Sociales II	
Diseño de Piezas de Contenido y Planificacion de Posteos	
<b>Modulo 4 : SEO.....</b>	19
Practica #3 Reporte SEO I	
Análisis SEO on page	
Practica #2 Reporte SEO II	
Análisis SEO off page	

# INTRODUCCION

Durante el año 2020 se intensifico mucho el uso de herramientas digitales, todo esto por el COVID-19.

Todo lo digital se potencio y esto llevo a la consecuencia que las personas y las pequeñas y grandes empresas comiencen a involucrarse en el mundo digital, por eso es una buena oportunidad para ingresar en este mundo digital y sacarle el mayor provecho posible.

En el año 2021 realice un curso de marketing digital en Digital House en el cual aprendí herramientas y conocimientos para poder crecer negocios o marcas mediante el mundo digital.



# ESTRATEGIA



# Practica #1 Estrategia I

Nombre y Apellido: Bruno Bojanich.

Profesión: Medico.

Personalidad: Tímido, gracioso, desconfiado para algunas cosas y también es paciente.

Edad: 40.

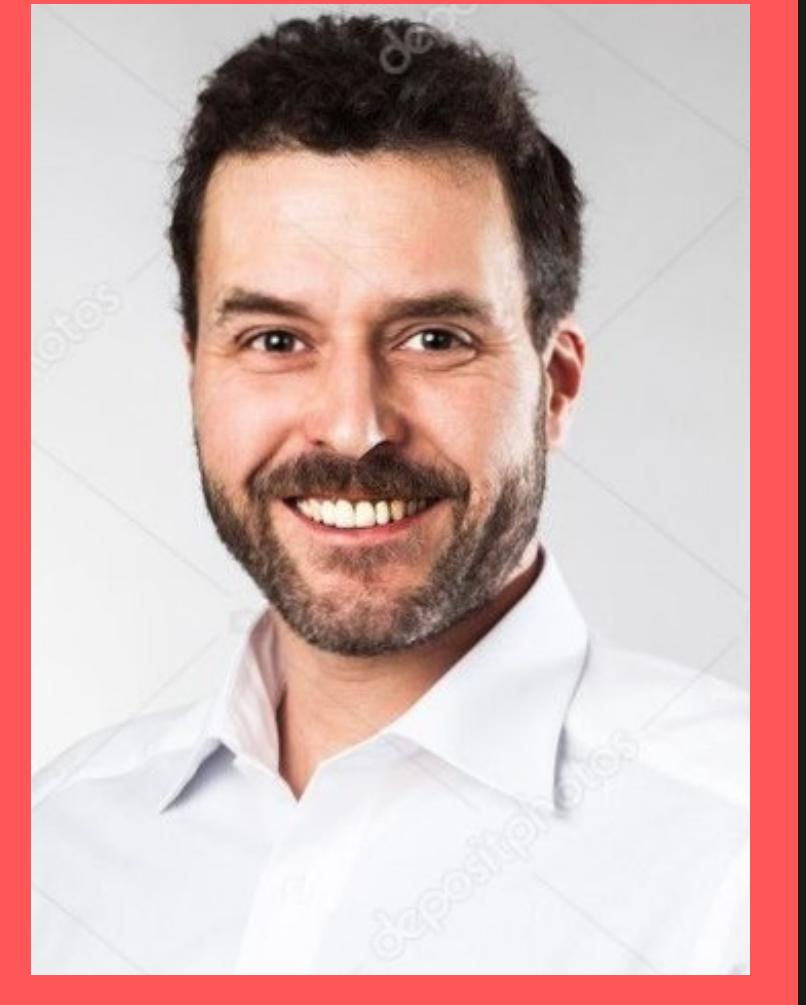
Género: Masculino.

Ubicación: Buenos Aires.

Objetivos Personales: Remodelar la casa de sus padres y poder ejercer su trabajo en un país europeo.

Necesidades: Necesita la nacionalidad para poder vivir en Europa y un poco más de capital para remodelar toda la casa.

Principales actividades diarias: Trabaja de 7:00 a 17:00, pasa 2 horas con su familia, va a correr, cena y se va a dormir.

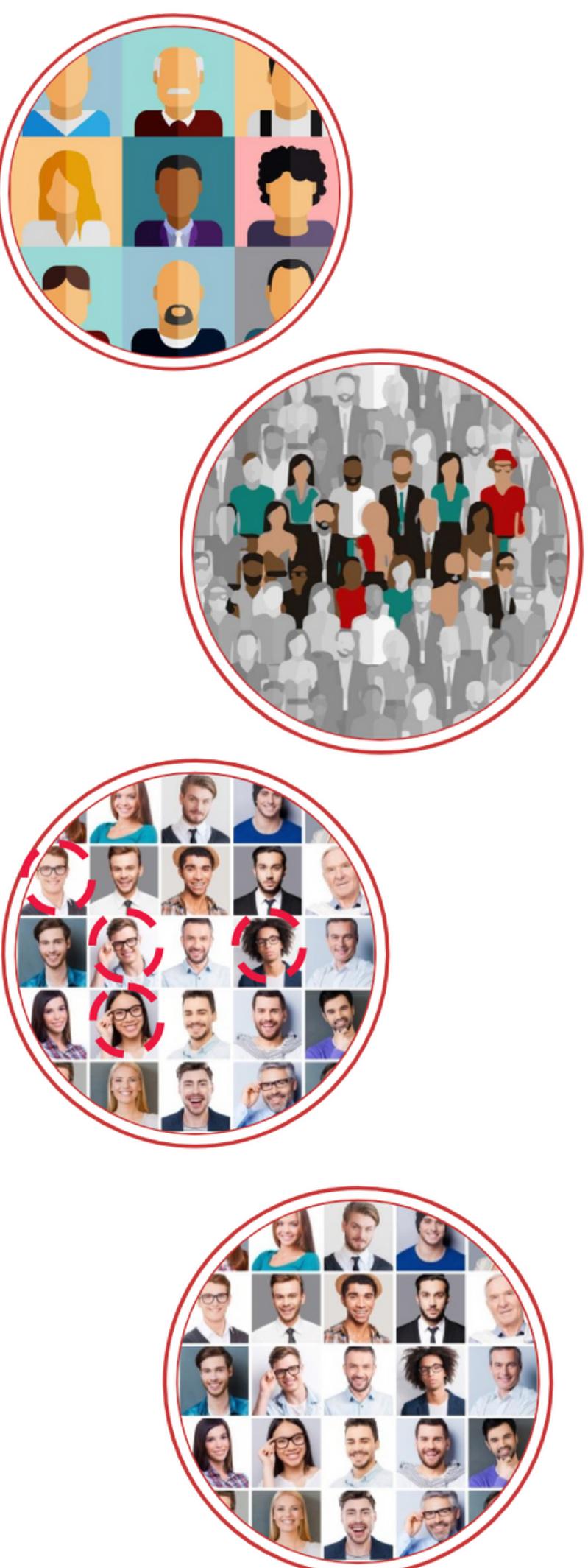


# CUSTOMER PERSONA

Los Customer Persona son personajes "semificticios" que creamos para saber a quien estamos dirigiendo nuestro mensaje y empatizar con el mismo. Si realizamos bien el customer con sus variables duras y blandas se nos va a facilitar la tarea de encontrar el contenido y acciones que le lleguen al usuario y le impacten.

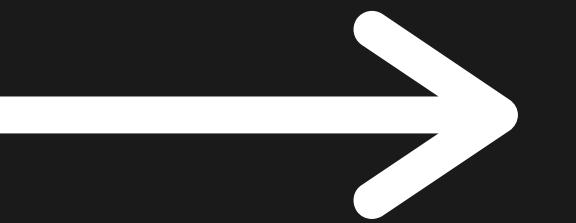
Es importante saber que el customer persona no sale de la nada, primero tendremos la audiencia que son las personas expuestas a un mensaje, a partir de esta audiencia vienen los segmentos que son subgrupo de personas con características similares y finalmente el público objetivo que son los subgrupos que tienen mayor posibilidad de recibir nuestro mensaje de manera positiva.

Creo que es muy importante para la estrategia de marketing de Idealisk saber a quien esta dirigido su mensaje, de esta forma veremos cuales son sus motivaciones, frustraciones, touch points y pain points. Sabiendo a quienes estamos dirigidos lograremos conocer al usuario y como comunicarnos con este, en que fuente y medio.



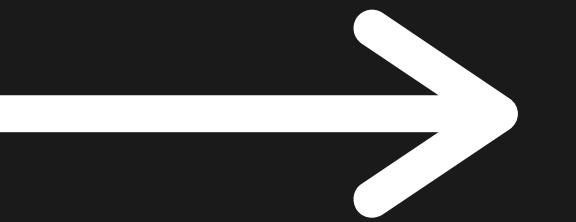
## Practica #2 Estrategia I

Objetivo SMART  
Instagram.

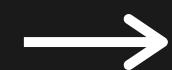


Conseguir 10.000  
seguidores en los  
próximos 3 meses.

Objetivo SMART  
YouTube.



Superar los 5000  
suscriptores en los  
próximos 3 meses.



# OBJETIVOS SMART

Algo muy importante para realizar una campaña de marketing de la manera mas eficaz posible son los objetivos SMART, estos son una forma de definir objetivos y tienen que cumplir las siguientes 5 características para que sea definido como SMART: tiene que ser específico, medible, alcanzable, realista y temporal.

Es importante que coloquemos objetivos SMART en cada etapa de Funnel de Conversión, este es la representación de cada una de las etapas del proceso que hace el usuario antes de comprar (todo esto desde la vista de la empresa), en este funnel vamos a ver las 5 etapas por las que pasara el usuario: conciencia, consideración, conversión, retención y fidelización. Es importante destacar que el usuario puede saltarse algunas etapas, pero esta bien tenerlas diferenciadas para saber que objetivos vamos a tener en cada una y que acciones de atracción se realizaran.

En mi opinión es importante para Idealisk, un cliente que solo tenia una pagina web conocer sobre el los objetivos SMART y el funnel de conversión, ya que vamos a hacer presencia en las redes sociales y hay que ver que objetivos plantearse en cada una, además estableceremos KPIs en cada red social para medir en tiempo real o a largo plazo si se están cumpliendo estos objetivos y si hay que realizar cambios en la campaña.

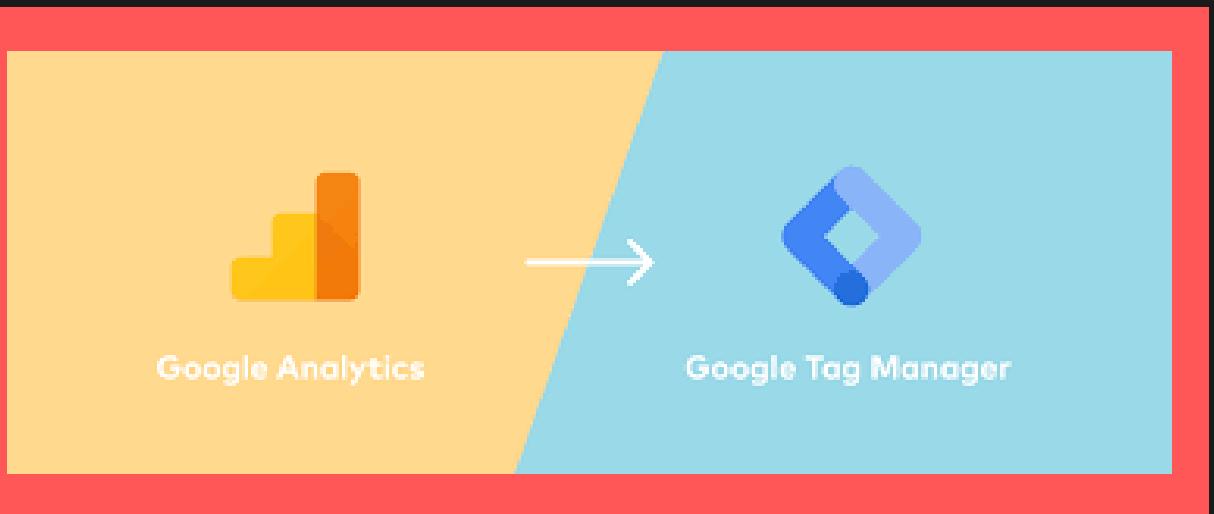
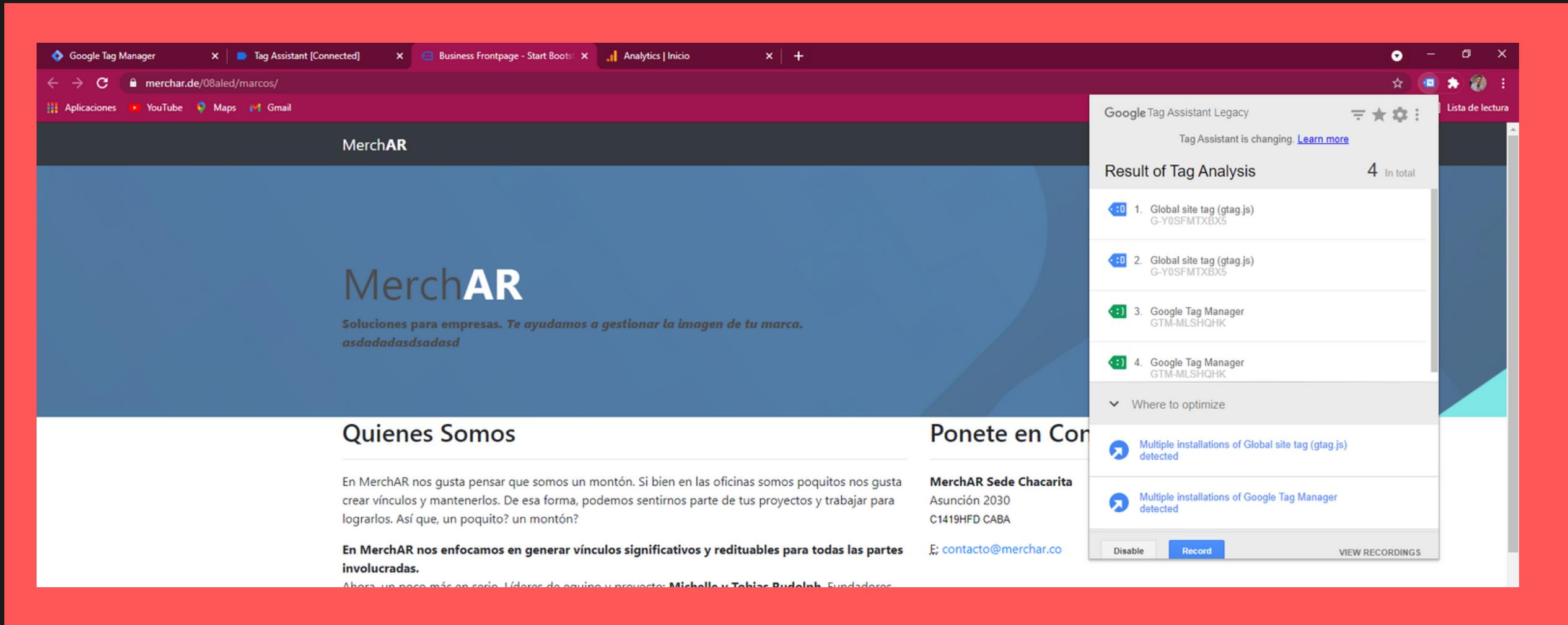


# TECNOLOGIA

MERCHAR

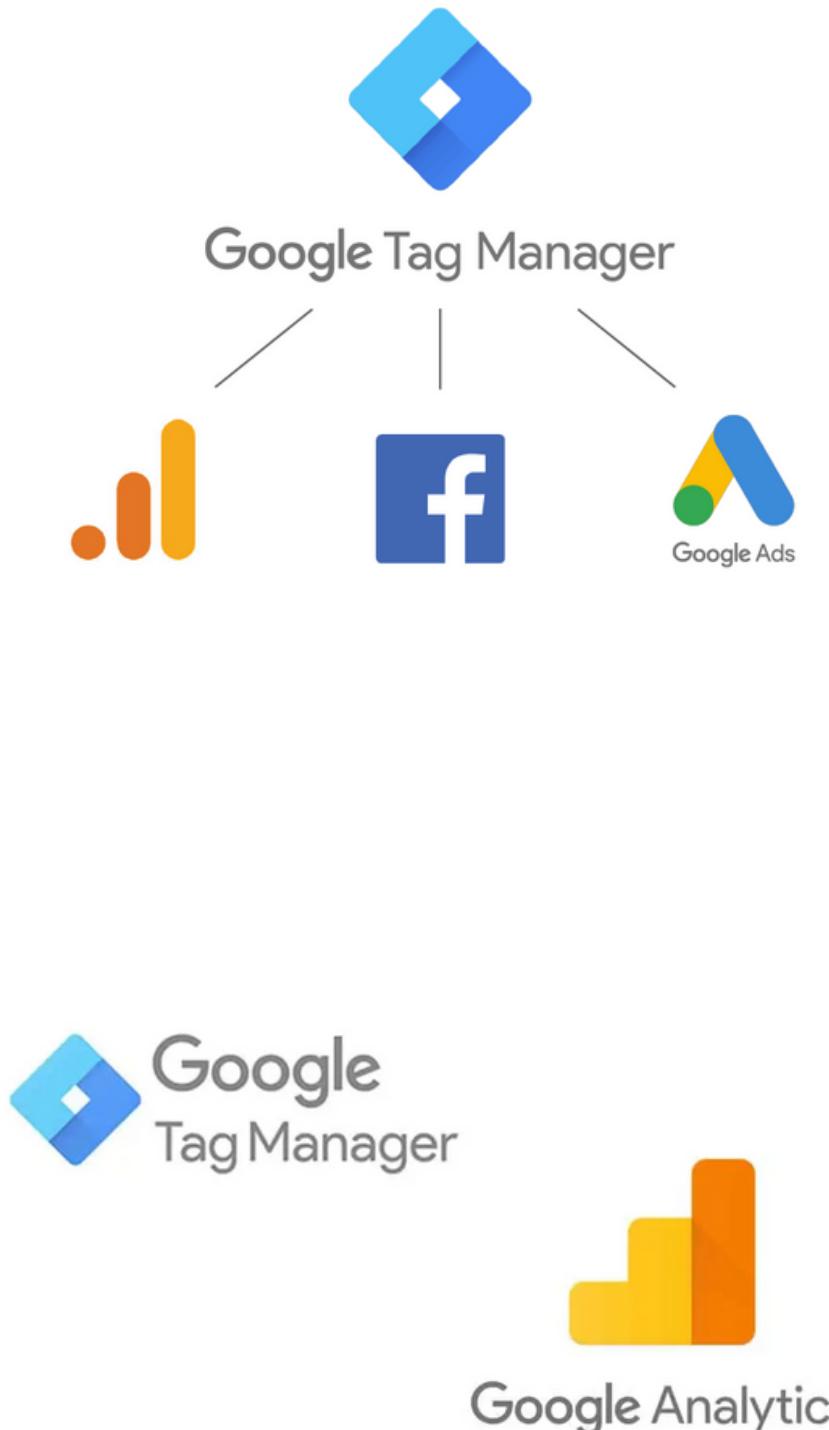


# Practica #3 Analitica Web y GTM

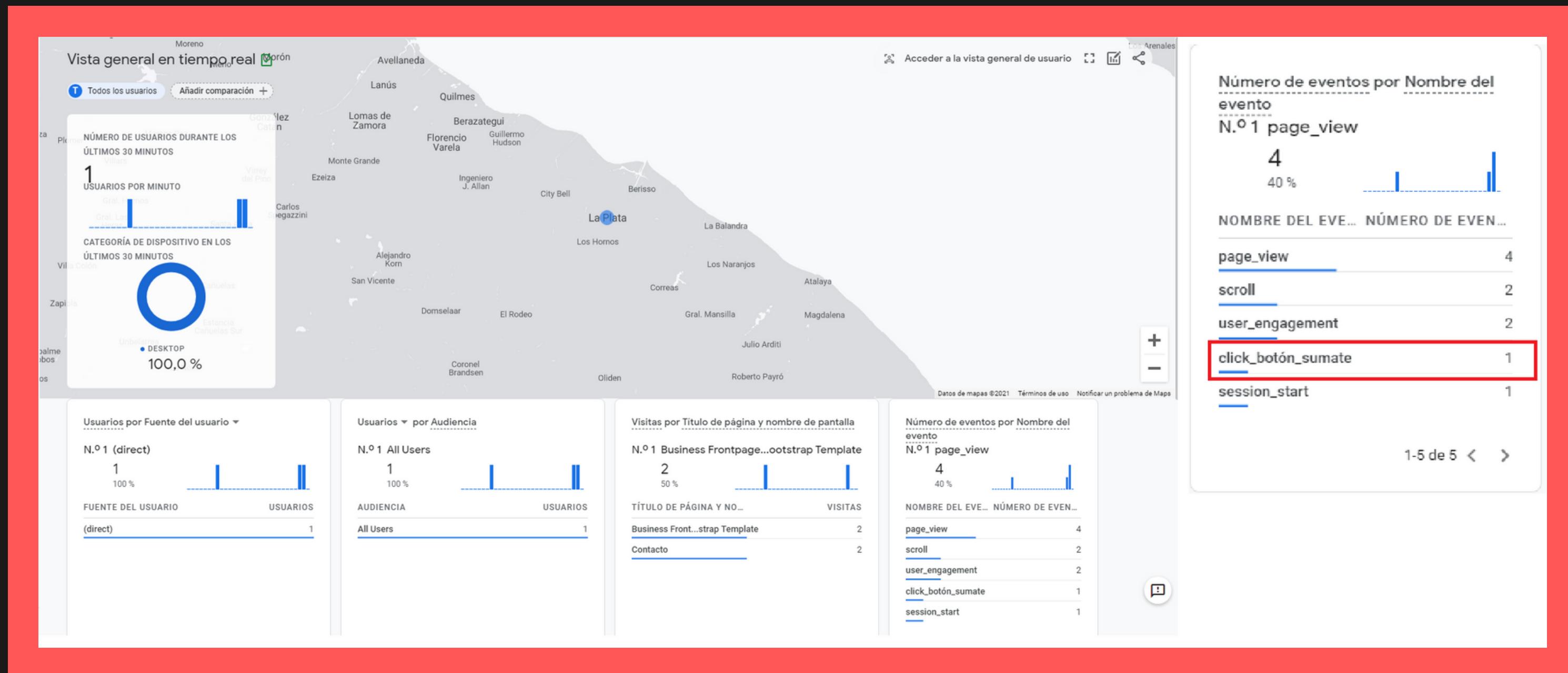


# VINCULACION GTM Y G.A

Principalmente hay que vincular Google Tag Manager (GTM) en nuestro sitio editando el código de este, una vez realizado esto podremos vincular GTM con la etiqueta de Google Analytics. Básicamente, Google Tag Manager maneja las etiquetas y disparadores en nuestro sitio, podemos colocar etiquetas como Google Analytics sin editar el código del sitio nuevamente. Es importante esta vinculación ya que tendremos acceso a los reportes de G.A y veremos que está pasando en nuestro sitio web en tiempo real.



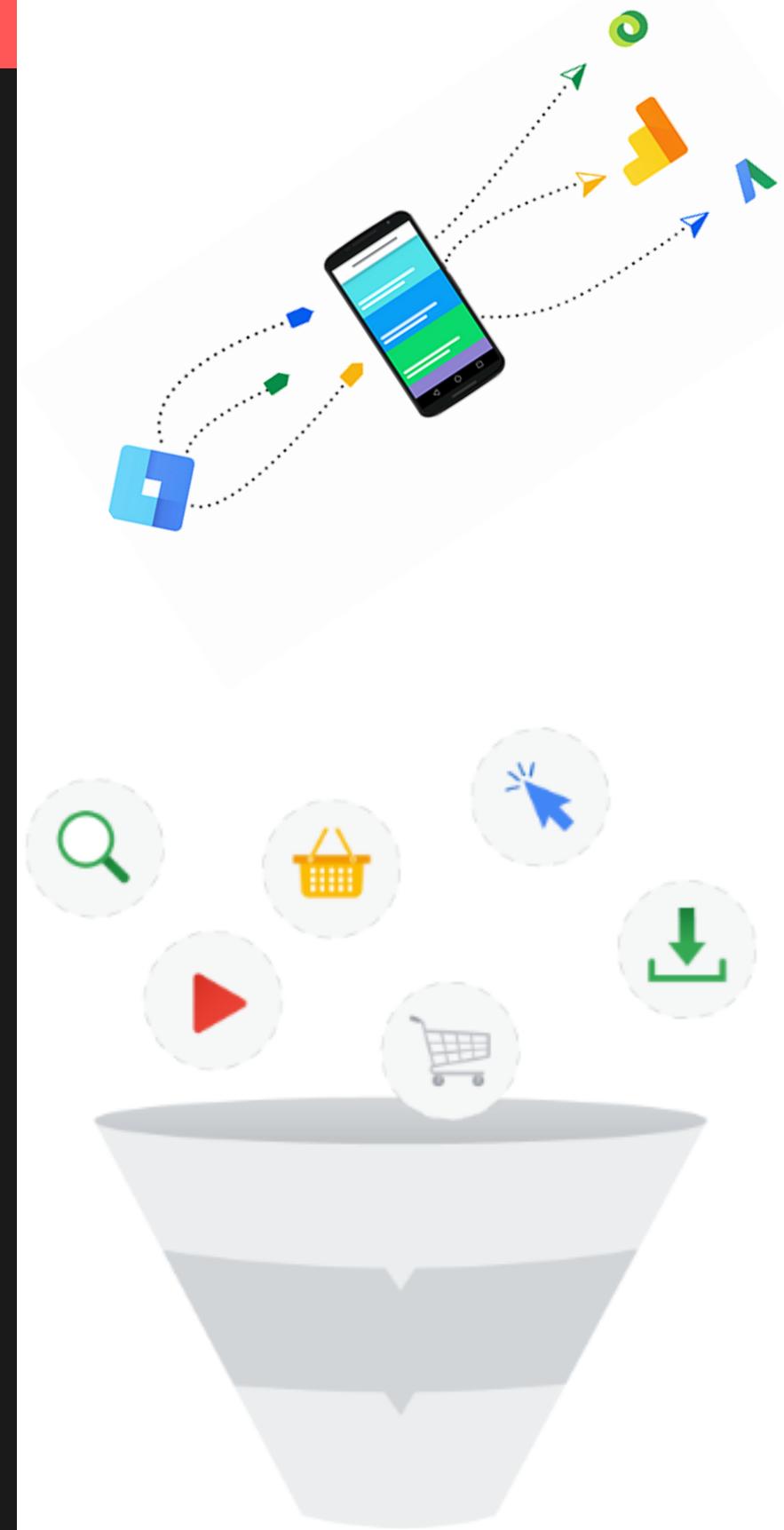
# Practica #4 Analytics



# CONFIGURACION DE EVENTOS

La configuración de eventos es una acción que se realiza desde GTM, esta configuración nos sirve para medir las acciones que queremos que realicen los usuarios en nuestro sitio web.

Google Analytics ya mide eventos por defecto, por ejemplo cuando alguien ve una pagina o cuando un usuario entra por primera vez a nuestro sitio, pero si hay eventos específicos que queremos medir en nuestro sitio web los tendremos que crear en GTM, a estos se los llama eventos personalizados, dependiendo del objetivo que tengamos, crearemos eventos para acciones ya sean para conversiones pagas como orgánicas como llenar un formulario. En conclusión es importante la configuración de eventos porque así aseguraremos cuales son para nosotros micro conversiones y macro conversiones.



# CONTENIDOS



VIRGO  
CONSULTING



# Practica #1 Contenidos I



**Instagram:** El tono en como se comunicara Virgo en Instagram seria mostrar como es la marca en si, toda su personalidad. Así llegariamos a nuestro publico objetivo publicando contenido de calidad y de como es la marca.



**Facebook:** En la pagina de Virgo en Facebook se mostraría formal y cercano al publico para informar ultimas noticias con contenido actualizadas para el publico que siga la pagina y nuevos visitantes.



**Twitter:** En Twitter se comportaría de forma mas informal, y usarlo también como vinculo directo hacia el publico y establecer mecanismos de seguimiento en esta red social.



**LinkedIn:** Acá se comportaría Virgo Consulting tal y como es la marca pero de una forma Formal y también profesional.



# TONO Y PERSONALIDAD DE LA MARCA

La personalidad y tono de marca es muy importante para el marketing, ya que sabiendo como es nuestra marca también nos facilitara saber a quien queremos dirigir nuestro mensaje y el posicionamiento de la misma, cuanta empatía logramos generar con el usuario y el lugar mental que ocuparemos cuando se compare con otro producto de otra marca.

La personalidad de la marca es con lo que el usuario o consumidor se puede relacionar, si las características que tiene nuestra marca son similares a la personalidad del usuario hay mas probabilidad que este se sienta identificado y convierta en nuestra marca, una forma de notar la personalidad de una marca es mirándola como una persona.

En cuanto al tono de la marca es la forma en la que se va a comunicar la misma, la personalidad no va a cambiar pero hay que adaptarse a quien voy a comunicar mi mensaje y en donde.

Es importante tener definido como hay que comunicarnos en cada red social y a que publico le vamos a hablar en estas, no se puede comunicar de igual manera en LinkedIn que en Instagram. Sin embargo la personalidad de la marca hay que respetarla en cada una de las redes sociales



## Define la voz de tu marca



## Practica #2 Redes Sociales I

## Practica #3 Redes Sociales I

## Practica #1 Redes Sociales II



Virgo Consulting AR

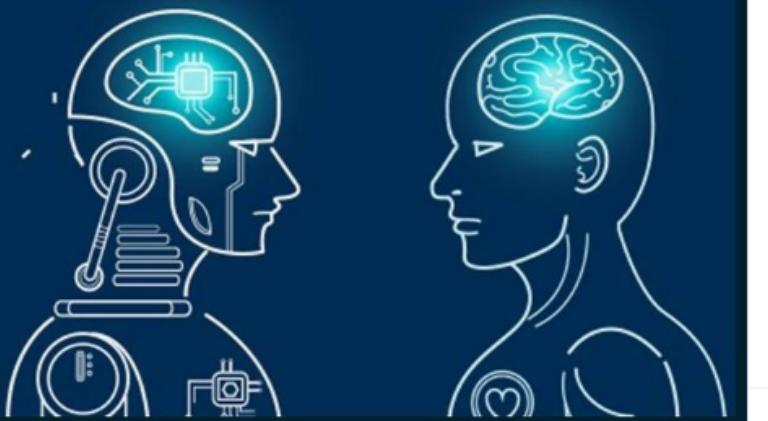
Publicado por Marcos Villanueva · 23 de mayo ·

Un grupo de nuevos talentos de IT crearon una IA en Virgo Consulting la cual sirve para poder realizar consultas con respuestas lo mas humanamente posible sobre como gestionar y optimizar los recursos de la empresa cliente, proponiendo formas de trabajo mas ... Ver más

¿Queres crear IA como ellos?



¡PRIMERA IA EN  
VIRGO CONSULTING!  
¿QUERES SER EL PROXIMO GRAN  
DESARROLLADOR DE IA?



TE ESPERAMOS!

VIRO  
CONSULTING

virgoconsulting.ar

virgoconsulting.ar Creacion de la primer IA en Virgo Consulting! 🤖⚡

#ia #tecnologia #robotica

5 sem

Les gusta a tomasbereciartu4 y 6 personas más

23 DE MAYO

Añade un comentario... Publicar



Virgo Consulting Arg  
12 seguidores  
ahora ·

#Busquedalaboral Programadores Web Full Time.

Requisitos:

- Conocimientos del lenguaje JavaScript.
- Tener certificado de la realización y aprobación del curso en Digital House.

¡BUSCAMOS  
PROGRAMADORES!



VIRO  
CONSULTING

¡NO DEJES PASAR LA  
OPORTUNIDAD!

Recomendar Comentar



# DISEÑO DE PIEZAS DE CONTENIDOS Y PLANIFICACION DE POSTEOS

La creación de contenido de calidad es de lo mas importante para dar a conocer y hacer crecer a una marca, por eso impulsamos este contenido en diferentes redes sociales como LinkedIn, Instagram o Facebook, las cuales tienen diferentes tipos de formatos para probar que es lo que mas le gusta a nuestra audiencia. Sin embargo algo muy importante en esto es el respeto de la personalidad y el tono de la marca, hay que tener en cuenta en los posteos que se use la fuente y la paleta de colores adecuada, biografías con relación a la imagen y que tengan llamadas a la acción también es una buena recomendación.

No hay que pasar de largo las publicaciones en estas redes, ya sean feeds, historias, etc. No hay que desatender a nuestra audiencia, para eso, tenemos que generar una grilla de contenidos con la planificación de cuando subir cada uno, una herramienta muy buena para esto es Creator Studio, una aplicación que sirve para programar, publicar y medir nuestro contenido en nuestra pagina de Facebook y cuenta de Instagram.

Para finalizar hay que tener en cuenta en realizar contenido de calidad y que no sea duplicado, una buena practica es que estos contenidos eduquen, entretengan o inspiren.



# SEO



# Practica #3 Reporte SEO I

## Analisis:

Si, Valen Vintage tiene títulos en todas sus páginas pero en algunas supera el límite de caracteres, lo cual no es muy recomendable. Sin embargo, en la sección de la meta descripción no tiene nada en ninguna página lo cual tampoco es recomendable para el SEO on page, en cuanto a las keywords se puede mejorar bastante, para esto se tendría que analizar en páginas como por ejemplo ubersuggest, buscar cuanta competencia tienen y buscar las más acertadas para lo que busca Valentina.

## Recomendaciones:

- Respetar cantidad de caracteres en título y meta descripción.
- Colocar títulos y metas descripciones con keywords recomendadas como por ejemplo: "tienda vintage, repuestos vintage, tocadiscos vintage, Cocina vintage moderna, decoraciones vintage para casa, electrodomésticos vintage, cocina retro"
- Que el sitio cargue rápido.
- Colocar texto alternativo en las imágenes utilizando las keywords sugeridas.

The screenshot shows the SEO Minion extension interface. At the top, there's a toggle switch, a gear icon, and an 'X' button. Below that, a link to 'Analizar SEO en la Página'. The main area displays the following information:

- URL:** <https://valenvintage.ml/>  
184 Palabras, 2740 Caracteres
- Título:** Cosas viejas electronicas de elaboracion gastronomica - Tenemos aparatos (72/60 Caracteres) !
- Descripción:** !
- Canónico:** <https://valenvintage.ml/>
- Meta Robots:** Ninguna

Below this, there's a section titled "Encabezados (8)" with a radio button for "Ordenar por Tipo" (selected) and one for "Sin Calificación". It lists eight header elements:

No	Tipo	Texto de Encabezado	Calificación
1	H1	Aparatos eléctricos y electrónicos para el ambiente de cocina : Valentina Vintage	<span style="color: grey;">?</span>
2	H2	Acerca de este sitio	<span style="color: grey;">?</span>
3	H2	Encuéntranos	<span style="color: grey;">?</span>
4	H3	El único lugar de la ciudad donde podes encontrar elementos de fabricación industrial de antaño funcionales para la cocina de hoy.	<span style="color: grey;">?</span>
5	H3	Local Mostrador	<span style="color: grey;">?</span>



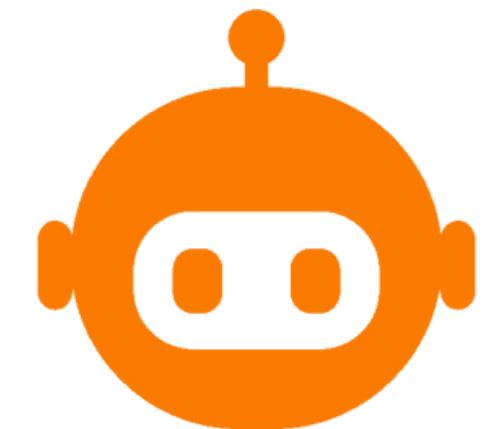
# ANALISIS SEO ON PAGE

Algo en destacar en el SEO es el análisis on page, quizás no lo parezca pero es muy importante tener una buena optimización del sitio on page para que el usuario tenga una buena experiencia en nuestro sitio (es muy importante que el sitio sea lo mas amigable para el usuario).

Entre las optimizaciones on page que se pueden realizar es la utilización de keywords relevantes al publico objetivo que buscamos, cuales van a ser estas keywords que colocaremos en títulos, meta descripciones y h1 para que el usuario nos encuentre, respetar la cantidad de caracteres que nos permite Google, que el sitio cargue rápido y este optimizado para celulares es una parte muy importante del SEO on page también.

Respetando estas condiciones y mejorando la optimización del sitio harán que estos pequeños cambios hagan una gran diferencia en el posicionamiento orgánico de nuestro sitio web.

**Ubersuggest**



**SEO Minion**

# Practica #2 Reporte SEO II

## Análisis:

- Valen Vintage tiene 2 back links los cuales son no follow por lo tanto no lo registra Google.

## Recomendaciones:

- Generar contenido de valor.
- Elaborar contenido colaborativos.
- Email Marketing.
- Incorporar botones de compartir en el sitio.



# ANALISIS SEO OFF PAGE Y COMPETENCIA

Una vez tengamos optimizado nuestro sitio on page, también tenemos que tener en cuenta los factores off page un sitio no solo se posiciona cambiando aspectos dentro de la pagina.

Las acciones off page son las que se realizan fuera de la pagina para ganar posicionamiento orgánico en la SERP, buenas practicas a realizar SEO off page son:

- Link Building.
- Promoción efectiva de contenido en las redes (agregar botones de compartir dentro del sitio sirve).
- Elaborar contenidos colaborativos y generar contenido de valor.

Es una buena practica conseguir links en otros sitios web, recomendable que estén relacionados con el contenido del mío, esto nos hará conseguir autoridad de pagina y autoridad de dominio, lo cual ayuda al posicionamiento orgánico, estos links los podemos ver en herramientas como MOZ y Search Console.

Para finalizar, si estamos comenzando, un buen análisis de la competencia nos ayudara a comenzar con nuestro sitio, que buenas practicas esta realizando la competencia para posicionarse y tomar en cuenta esto para nuestro sitio.



# ¡GRACIAS!

SI TIENEN DUDAS PUEDES ESCRIBIR A:

[marcosvillanuevalp@gmail.com](mailto:marcosvillanuevalp@gmail.com)

