

Entorno Digital y Objetivos

Profesor: Renzo Reynoso Legovic



Tabla de contenidos

1

Benchmarking

Análisis de la competencia en los medios digitales.

2

Análisis Pestel

Impacto en la estrategia empresarial.

3

FODA digital

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

4

Objetivos y KPI's

Resultados deseados e indicadores clave.

1

Benchmarking

Análisis de la competencia
en medios digitales.



¿Qué debemos analizar?



Redes Sociales

Búsquedas

Anuncios

Sitios Web

Redes Sociales



**Seguidores y
crecimiento**



**Nivel de de
interacción**



**Tipos y formatos
de contenido**



**Frecuencia y
horarios**



**Compromiso
de la marca**



**Reputación
de la marca**

metricool

¡Accede aquí!



Lista de competidores

🔍 + Añadir 📊 Publicaciones (Todos) 📄 Descargar CSV 🛡️ 🔧 Columnas 🔗 Comparar



Favoritos	Nombre	Seguidores ↓	Posts	Reels	Likes ?	Comentarios ?	Engagement ?
	 <div>Maria Almenara 🔗 mariaalmenara 📊 Más estadísticas</div>	<u>120k</u>	<u>36</u>	<u>16</u>	<u>528</u>	<u>61.21</u>	<u>0.49</u>
	 <div>LA DOSIS DULCE 🍰 🔗 la_dosis_dulce 📊 Más estadísticas</div>	<u>89.35k</u>	<u>7</u>	<u>5</u>	<u>844.58</u>	<u>26.25</u>	<u>0.97</u>
	 <div>Bocanada 🔗 bocanadaperu 📊 Más estadísticas</div>	<u>50.01k</u>	<u>7</u>	<u>4</u>	<u>310.27</u>	<u>1.55</u>	<u>0.62</u>
	 <div>VEKIA® Pastelería & Cafetería 🔗 vekia_pasteleria 📊 Más estadísticas</div>	<u>36.82k</u>	<u>21</u>	<u>52</u>	<u>7.79k</u>	<u>90.4</u>	<u>21.41</u>

Lista de posts

🔍

📄 Descargar CSV 🛡️

📊 Columnas

Nombre			Fecha	Tipo	Likes	Comentarios	Interacciones ↓	Engagement (?)
 <div> <div>Maria Almenara</div> <div>@mariaalmenara</div> </div>		<p>¡La vida no nos deja de sorprender! ❤️...</p> <p>📖 Más 📄 Ver</p>	9 jul 2024 21:52	📺	<u>8.9k</u>	<u>332</u>	<u>9.23k</u>	<u>7.82</u>
 <div> <div>Maria Almenara</div> <div>@mariaalmenara</div> </div>		<p>Nos fuimos para... ¡y sin perder el banco! ❤️...</p> <p>📖 Más 📄 Ver</p>	28 jun 2024 10:10	📺	<u>2.47k</u>	<u>2.33k</u>	<u>4.81k</u>	<u>4.09</u>
 <div> <div>Maria Almenara</div> <div>@mariaalmenara</div> </div>		<p>Parece que fue ayer. Vimos una esquina, nos ...</p> <p>📖 Más 📄 Ver</p>	27 jun 2024 13:47	📺	<u>2.2k</u>	<u>38</u>	<u>2.24k</u>	<u>1.91</u>
 <div> <div>Maria Almenara</div> <div>@mariaalmenara</div> </div>		<p>Llegó al barrio, nuestra casa #18...</p> <p>📖 Más 📄 Ver</p>	6 ago 2024 21:00	📺	<u>1.44k</u>	<u>77</u>	<u>1.51k</u>	<u>1.26</u>

Anuncios



**Anuncios
activos**



**Mensaje de
los anuncios**



**Formatos de
anuncios**



**Llamados a la
acción**



**Páginas de
destino**



**Público de los
anuncios**

Biblioteca de anuncios

Busca todos los anuncios que se están publicando actualmente en las tecnologías de Meta, así como:

- Anuncios sobre temas sociales, elecciones o política publicados en los últimos siete años
- Anuncios publicados en cualquier lugar de la UE en el último año

Para encontrar un anuncio, busca palabras clave o a un anunciante.

[Ver novedades](#)

Busca anuncios

Establece tu ubicación y elige una categoría de anuncio para comenzar la búsqueda. **Ver sugerencias de búsqueda.**

Perú ▼

Categoría de anuncio ▼



Elige una categoría de anuncio



Búsquedas guardadas



Transparencia en la publicidad para que Internet sea un lugar libre y seguro

Consulta los anuncios activos que se han publicado a través de Google

Búsquedas



**Términos de
Búsqueda**



**Volumen de
búsqueda**



**Posiciones
orgánicas**



**Tráfico
orgánico**



**Keywords
principales**



**Páginas
principales**

Ubersuggest

¡Accede aquí!



Descubre todo sobre una palabra clave

Idioma

Ubicación

abogados de familia

Español



Perú



BUSCAR

Estás usando una versión gratis de Ubersuggest.

| 1 de 3 búsquedas diarias gratuitas

ACTUALIZA A PRO

Análisis de palabra clave [?]: abogados de familia

AÑADIR A LA LISTA [?]

GENERAR CONTENIDO CON IA

[Enviar feedback](#)

VOLUMEN DE
BÚSQUEDAS [?]

1.600

SEO DIFFICULTY [?]

16

FÁCIL



Última Actualización: 7 Meses

PAID DIFFICULTY [?]

32

COSTO POR CLICK
[CPC] [?]

S/3.30

<input type="checkbox"/>	PALABRAS CLAVE		VOLUMEN		CPC		PD		SD	
TUS PALABRAS CLAVE										
<input type="checkbox"/>	abogados de familia		Generar Contenido Con IA	1.600	S/3.30		32		16	
IDEAS DE PALABRA CLAVE										
<input type="checkbox"/>	abogados de familia lima		Generar Contenido Con IA	390	S/3.37		43		1	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia gratis		Generar Contenido Con IA	320	S/0.67		33		15	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia arequipa		Generar Contenido Con IA	90	S/0.73		13		9	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia en trujillo		Generar Contenido Con IA	70	S/0.00		5		7	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia en arequipa		Generar Contenido Con IA	70	S/0.60		16		10	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia en lima gratis		Generar Contenido Con IA	70	S/0.54		28		14	
<input type="checkbox"/>	abogados de familia en lima		Generar Contenido Con IA	70	S/2.66		34		17	

<input type="checkbox"/>	PALABRAS CLAVE [?]	VOLUMEN [?]	CPC [?]	PD [?]	SD [?]	ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN [?]
--------------------------	-----------------------------	----------------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------------------------

TUS PALABRAS CLAVE

<input type="checkbox"/>	abogados de familia	Generar Contenido Con IA	1.600	S/3.30	32	16	7 meses ↺
--------------------------	---------------------	--------------------------	-------	--------	----	----	-----------

FUNCION(ES) DE BÚSQUEDA [?]

Ocultar



Mostrar



Otras preguntas de los usuarios



Resultados locales



Imágenes



Una página web posicionada entre las 10 primeras, en general, tiene **11 backlinks** y un **domain authority** de **6**.

	RESULTADOS DE GOOGLE [?]	VISITAS EST. [?]	ENLACES [?]	DOMAIN AUTHORITY [?]	VECES COMP. [?]
1	abogadodefamilia.pe/	496	109	11	167
2	myeabogados.pe/derecho-de-familia/	86	0	9	0
3	abogadosdefamiliaperu.com.pe/	22	1	1	0
4	www.abogadosdefamilia.com.pe/integrantes	15	1	1	1
5	abogadosperuweb.com/abogado-de-familia/	12	0	3	0
6	abogadosdefamiliaenlima.com/	12	3	3	82
7	www.estudiojuridicovaleriano.com/abogados-de-familia-lima-peru	10	0	10	0

Análisis de tráfico ? : abogadodefamilia.pe

[Enviar feedback](#)

TRÁFICO ?

Mes anterior

ORGÁNICO ?

1.166

PAGO ?

0



PALABRAS CLAVE ORGÁNICAS ?

177

PALABRAS CLAVE PAGAS ?

0

DOMAIN AUTHORITY ?

11

BACKLINKS ?

244

NoFollow: 137

PALABRAS CLAVE PRINCIPALES POR PAÍS



PE / ES [1.165] ?



ES / ES [1]



CO / ES [0]



CL / ES [0]

MAS ▾

PALABRAS CLAVE DE SEO ?

VOLUMEN ?

POSICIÓN ?

VISITAS
EST. ?

abogados de familia



1.600

1

496

abogado de familia



1.600

1

477

abogado de familia lima



390

1

204

abogada de familia



1.600

2

68

abogados de familia lima



390

2

21

abogado de familia gratis



320

4

10

abogados gratuitos de familia



320

4

7

abogados gratis de familia



320

3

6

PÁGINAS PRINCIPALES POR PAÍS


PE / ES [1.165] ?



ES / ES [1]



CO / ES [0]



CL / ES [0]

MAS ▾

<input type="checkbox"/>	TÍTULO DE SEO URL ? ▴ ▾	VISITAS EST. ? ▴ ▾	BACKLINKS ? ▴ ▾	f ▴ ▾	p ▴ ▾	reddit ▴ ▾
<input type="checkbox"/>	ABOGADOS DE FAMILIA - Abogados, Ab... abogadodefamilia.pe/	1,091 Ver todo ▾	109 Ver todo ▾	167	0	0
<input type="checkbox"/>	Abogados gratis, Abogados en línea - AB... abogadodefamilia.pe/contactenos	33 Ver todo ▾	0 Ver todo ▾	0	0	0
<input type="checkbox"/>	Abogados gratis, Abogados en línea - AB... abogadodefamilia.pe/testimonios	10 Ver todo ▾	0 Ver todo ▾	0	0	0
<input type="checkbox"/>	Divorcio en oferta, divorcio a S/. 1999 - A... abogadodefamilia.pe/tarifas-y-facilidade...	7 Ver todo ▾	0 Ver todo ▾	0	0	0
<input type="checkbox"/>	Consulta - ABOGADOS DE FAMILIA abogadodefamilia.pe/consultas	6 Ver todo ▾	0 Ver todo ▾	0	0	0

Sitios Web



**Objetivos de
conversión**



**Diseño y
navegación**



**Optimización
móvil**



**Velocidad de
carga**



**Calidad del
contenido**



**Formularios y
funcionalidades**



2

Análisis Pestel

Impacto en la estrategia
digital

ANÁLISIS PESTEL

P

POLÍTICO

Acuerdos internacionales, estabilidad del gobierno, políticas del sector empresarial, etc.

E

ECONÓMICO

Crisis económica, inflación, tipo de cambio, tasas de interés, y demás.

S

SOCIOCULTURAL

Demografía, estilos de vida, patrones culturales, hábitos de consumo, valores compartidos y otros.

T

TECNOLÓGICO

Acceso tecnológico, infraestructura, investigación y desarrollo, tendencias tecnológicas.

E

ECOLÓGICO

Riesgos naturales, reciclaje, políticas medioambientales, cambios climáticos, escasez de recursos, etc.

L

LEGAL

Derechos de propiedad intelectual, protección de datos, leyes tributarias, regulaciones laborales, entre otros.

3

FODA digital

Fortalezas, Oportunidades,
Debilidades y Amenazas



ANÁLISIS FODA

ORIGEN INTERNO

Atributos de la empresa

Fortalezas

Factores internos positivos que proporcionan ventajas frente a otros.

Debilidades

Factores internos que representan desafíos o limitaciones.

F D

ORIGEN EXTERNO

Atributos del ambiente

Oportunidades

Factores externos que la entidad podría utilizar a su favor.

Amenazas

Factores externos que podrían afectar negativamente a la entidad.

O A

ORIGEN INTERNO

Atributos de la empresa

ORIGEN EXTERNO

Atributos del ambiente

ANÁLISIS FODA

ORIGEN INTERNO

Atributos de la empresa

Fortalezas

Factores internos positivos que proporcionan ventajas frente a otros.

Mantener

F

D

Debilidades

Factores internos que representan desafíos o limitaciones.

Corregir

ORIGEN INTERNO

Atributos de la empresa

ORIGEN EXTERNO

Atributos del ambiente

Oportunidades

Factores externos que la entidad podría utilizar a su favor.

Explotar

O

A

Amenazas

Factores externos que podrían afectar negativamente a la entidad.

Afrontar

ORIGEN EXTERNO

Atributos del ambiente



¡Veamos un ejemplo!

Fortalezas	Mantener o potenciar
Presencia online bien establecida con un sitio web optimizado y fácil de navegar.	Continuar invirtiendo en la optimización del sitio web, asegurando tiempos de carga rápidos, una experiencia de usuario fluida y un diseño responsive.
Fuerte compromiso con la sostenibilidad, atrayendo a clientes conscientes del medio ambiente.	Comunicar constantemente los valores sostenibles de la empresa en todas las plataformas digitales, y buscar certificaciones que respalden su compromiso ambiental.
Buena reputación en redes sociales con comentarios positivos y una comunidad activa.	Animar a los seguidores a compartir sus experiencias utilizando los scooters o productos de micromovilidad. para aumentar la visibilidad y reforzar la reputación.

¡Veamos un ejemplo!

Debilidades	Corregir
Limitada capacidad de inversión en publicidad digital y campañas de marketing.	Implementar estrategias de marketing de bajo costo como el marketing de contenidos, el SEO, y el uso de redes sociales orgánicas para aumentar la visibilidad sin grandes inversiones.
El sitio web de la empresa no aparece en los primeros resultados de búsqueda, lo que limita la atracción de clientes a través de canales orgánicos.	Publicar regularmente blogs y artículos sobre temas relacionados con la movilidad eléctrica, guías de compra, y consejos de seguridad, lo que ayudará a mejorar el ranking en buscadores.
La empresa puede no destacarse claramente entre la competencia, lo que dificulta atraer y retener clientes.	Identificar y comunicar claramente en las plataformas digitales lo que hace que la empresa sea única, ya sea la calidad de los productos, el compromiso con la sostenibilidad, o el servicio post-venta excepcional.

¡Veamos un ejemplo!

Oportunidades	Explotar
Creciente demanda de soluciones de micromovilidad en áreas urbanas.	Organizar eventos online para educar a los consumidores sobre los beneficios de la micromovilidad, la sostenibilidad y el uso seguro de scooters.
Incremento en la preocupación por la sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono.	Utilizar el sitio web y redes sociales para comunicar el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, destacando la producción, el uso de materiales ecológicos y las prácticas responsables.
Potencial para expandir las ventas a través de marketplaces y plataformas de ecommerce.	Comercializar los productos en marketplaces populares como Falabella o Ripley para maximizar la visibilidad y alcanzar a un público más amplio.

¡Veamos un ejemplo!

Amenazas	Afrontar o mitigar
La alta competencia online puede llevar a una guerra de precios y dificultar la diferenciación, lo que puede afectar las márgenes de beneficio.	Desarrollar una propuesta de valor clara y diferenciada, enfocándose en la calidad y el servicio al cliente.
Las actualizaciones en los algoritmos de plataformas como Facebook o Instagram pueden afectar el alcance orgánico de las publicaciones.	Diversificar canales de marketing y crear contenido de alta calidad que fomente la interacción y el compromiso.
La gran cantidad de contenido disponible en Internet por parte de los competidores puede hacer que sea difícil destacar y captar la atención de los consumidores.	Innovar en la creación de contenido experimentando nuevos formatos y utilizar narrativas efectivas para lograr conexiones genuinas con la audiencia.

4

Objetivos y KPI's

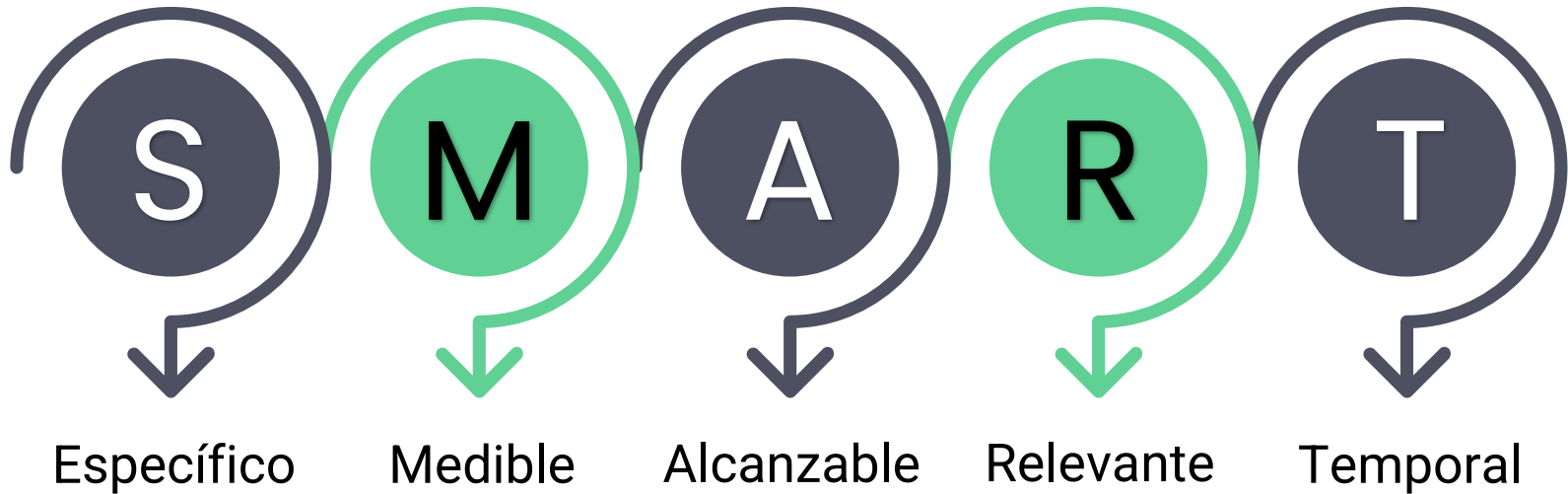
Resultados deseados e
indicadores claves.



**Los objetivos son como el
GPS de tu estrategia digital**



¿Cómo definir tus objetivos?



Conseguir más clientes a través de Internet

Atraer 50 nuevos clientes a través de anuncios de Meta Ads en el primer trimestre del 2025.

Aumentar la visibilidad en línea

Incrementar el tráfico orgánico al blog en un 40% durante los próximos 6 meses.

Aumentar seguidores en las redes sociales

Aumentar en un 20% el número de seguidores en Facebook e Instagram en el año 2025.

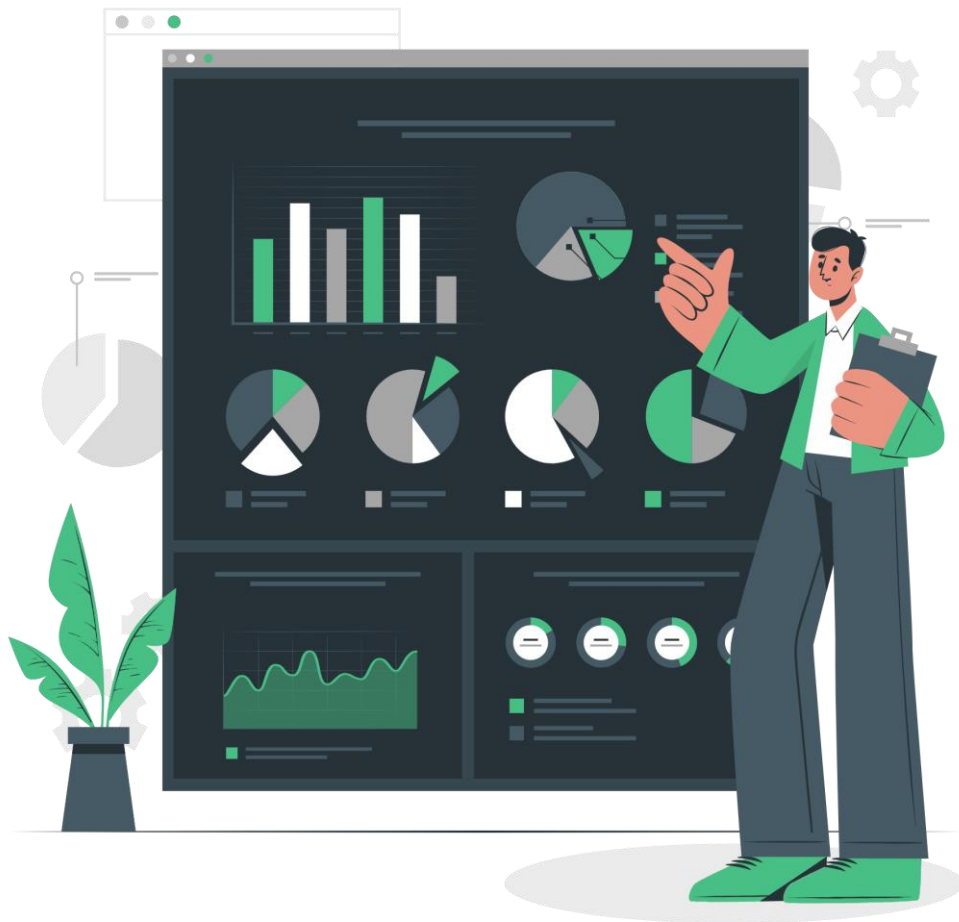
Ya respondimos lo que
queremos alcanzar, ahora
tenemos que preguntarnos el
cómo lo lograremos.

¡Veamos algunos ejemplos!

Objetivo	Objetivo SMART	Acciones
Conseguir más clientes en Internet	Atraer 50 nuevos clientes a través de anuncios de Meta Ads en el primer trimestre del 2025.	Optimizar la segmentación de audiencia, crear anuncios atractivos, implementar promociones, y analizar el rendimiento.
Aumentar la visibilidad en línea	Incrementar el tráfico orgánico al blog en un 40% durante los próximos 6 meses.	Publicar contenido útil y relevante optimizado con palabras clave, y promocionar cada publicación en redes sociales para mejorar la visibilidad.
Aumentar seguidores en las redes sociales	Aumentar en un 20% el número de seguidores en Facebook e Instagram en el año 2025.	Publicar contenido visual atractivo, fomentar la interacción respondiendo a comentarios y colaborar con influencers realizando sorteos para atraer nuevos seguidores.

¡Es tu turno!

Objetivo	Objetivo SMART	Acciones
Generar leads de calidad en el sitio web	Incrementar en 15% el número de leads mensuales en el sitio web en los próximos seis meses.	
Aumentar el número de citas por Whatsapp	Incrementar el número de citas por Whatsapp en un 25% en el primer semestre del año 2025.	
Reducir la cancelación de citas	Reducir la tasa de cancelación de citas en un 10% en los primeros tres meses del año 2025.	



KPI's

Para medir tus objetivos, necesitas algunas **métricas clave** en tu caja de herramientas de marketing.

¡Veamos algunos ejemplos!

Objetivo	Objetivo SMART	KPI's
Conseguir más clientes en Internet	Atraer 50 nuevos clientes a través de anuncios de Meta Ads en el primer trimestre del 2025.	# de nuevos clientes que provienen de los anuncios de Meta Ads – Costo por adquisición
Aumentar la visibilidad en línea	Incrementar el tráfico orgánico al blog en un 40% durante los próximos 6 meses.	# de visitas orgánicas al blog – Incremento % del tráfico orgánico al blog – Costo por visita
Aumentar seguidores en las redes sociales	Aumentar en un 20% el número de seguidores en Facebook e Instagram en el año 2025.	# de seguidores en Facebook e Instagram – % de crecimiento de seguidores – Costo por seguidor

¡Veamos algunos ejemplos!

Objetivo	Objetivo SMART	KPI's
Generar leads de calidad en el sitio web	Incrementar en 15% el número de leads mensuales en el sitio web en los próximos seis meses.	Número mensual de leads generados - Tasa de conversión de visitantes a leads - Costo por lead
Aumentar el número de citas por Whatsapp	Incrementar el número de citas por Whatsapp en un 25% en el primer semestre del año 2025.	Número de citas mensuales - Tasa de conversión de mensajes a citas - Costo por cita
Reducir la cancelación de citas	Reducir la tasa de cancelación de citas en un 10% en los primeros tres meses del año 2025.	Número de cancelaciones de citas - Tasa de cancelación de citas - Tasa de recuperación de citas.

¡Es tu turno!

Objetivo	Objetivo SMART	Acciones	KPI's
Aumentar las interacciones en las redes sociales			
Mejorar la satisfacción de los clientes actuales de la empresa			
Aumentar las reseñas positivas de los clientes en Internet			

Gracias!

¿Tienes alguna pregunta?
renzoreynoso@gmail.com
ipm.com.pe

