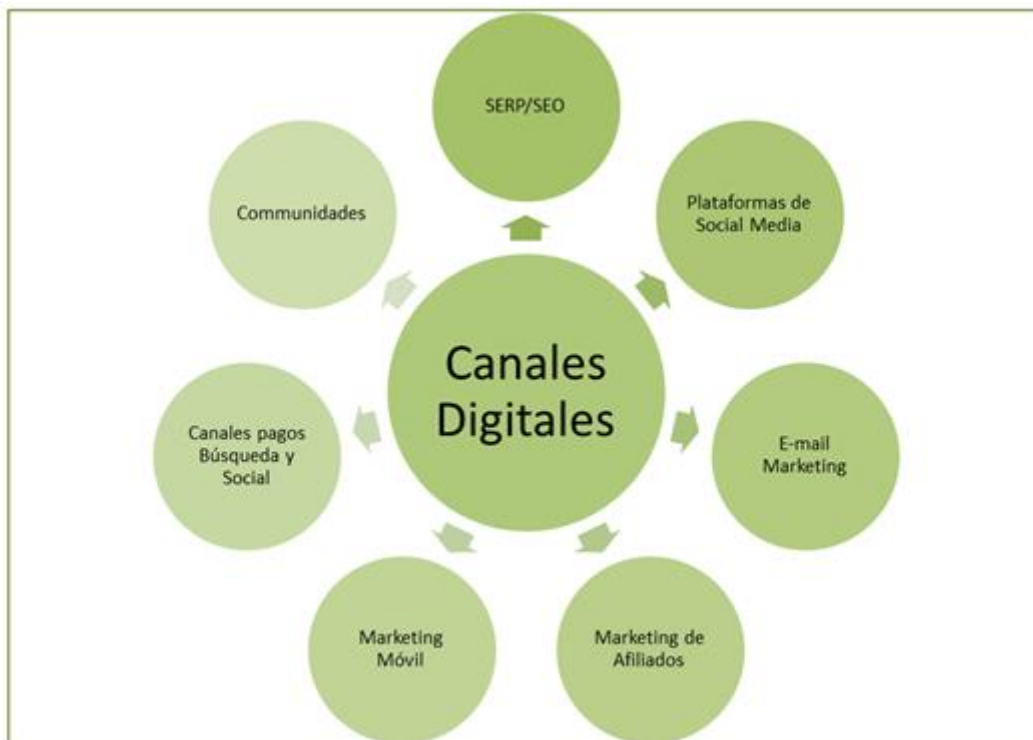


MODULO 4

PRINCIPALES TIPOS DE CANALES DE MEDIOS DIGITALES

El **marketing digital** está experimentando un enorme crecimiento en los últimos años, actualmente lo podemos dividir en nueve canales, si incluimos el marketing offline combinamos para promocionar nuestras acciones online.



1. **SEARCH ENGINE MARKETING (SEM):** El principal objetivo del SEM o marketing con buscadores es aumentar la visibilidad en los resultados de búsqueda de los buscadores mediante la inclusión de anuncios en los que se paga cuando el usuario hace clic (pago por clic o CPC). Los principales buscadores tienen sus propias plataformas para gestionar esta publicidad, aunque según el país puede que cambien. Las principales plataformas de SEM son Google Adwords, Yahoo Search Marketing (YSM), Microsoft Advertising, y Ask, siendo en España Adwords y YSM los importantes.



2. **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO):** El objetivo del SEO es mejorar la posición en la que aparecen nuestras páginas en los resultados naturales que muestran los buscadores ante determinadas búsquedas.

En este caso que los usuarios hagan clic en los resultados no implica ningún coste a las empresas, pero no por ello significa que sean gratuitos, pues en un mercado competitivo es necesario contratar los servicios de especialistas en SEO para lograr buenas posiciones. Esto se puede lograr tras meses de esforzado trabajo, por lo que si necesitamos resultados rápidos recurriremos al SEM y de forma permanente es recomendable combinar ambas estrategias para no perder cuota en el mercado de búsquedas de nuestros productos.



3. **ANUNCIOS DE DISPLAY O RICH MEDIA:** Aquí podemos agrupar toda la publicidad gráfica que vemos en los soportes online, aunque por ejemplo Google Adwords incluye en su red de display la mayor parte de los medios que se gestiona desde el propio Google Adwords. Este tipo de publicidad incluye todo tipo de formatos comúnmente denominados banners (imágenes estáticas o dinámicas, creatividades flah, anuncios de video, anuncios interactivos, entre otras posibilidades)



4. **E-MAIL:** El e-Mail marketing es una estrategia que convierte el e-Mail en una poderosa herramienta de marketing para conseguir resultados inmediatos, que bien gestionada permite realizar segmentaciones muy avanzadas.



Es importante diferenciar lo que es un buen e-Mail marketing (una estrategia de comunicaciones periódicas y segmentadas en el envío a los usuarios realmente interesados de ofertas personalizadas) de los envíos masivos de e-Mail que pueden rozar el Spam o que en muchos casos son realmente molestos pues se puede llegar a ofrecer á nuestros clientes productos que no les interesan, que ya tienen o un precio más caro del que lo compraron, lo que viene a ser una buena definición de “Anti Marketing”.

5. **AFILIADOS Y PATROCINIOS:** Los programas de afiliados son el sueño de cualquier director comercial, ya que permiten disponer de una amplia red de comerciales (sitios web con todas sus posibilidades) a los que se les paga sólo cuando cumplen los objetivos establecidos (por ejemplo por ventas o generación de contactos). En el caso de los patrocinios, son una excelente herramienta para generar imagen de marca, especialmente si tras un estudio de analítica web vemos cuales son los mejores sitios para patrocinar los servicios de un determinado web.
6. **DIRECTORIOS:** Los directorios especializados, aunque generalmente y salvo honrosas excepciones suelen tener un volumen de tráfico bajo, son excelentes para dirigirnos a un público nicho del sector que nos interese. Directorios los hay de todo tipo y según nuestro producto o servicio deberemos seleccionar el mix que más nos interese (directorios temáticos, búsquedas locales, comparadores de precios, etc)

7. **SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM):** En gran auge desde el nacimiento de YouTube, Twitter y Facebook, pero no exclusivo de estas plataformas ya que existen decenas de herramientas que hay que manejar para un SMM exitoso (blogs, comunidades, agregadores de contenido, etc). Adicionalmente existen posibilidades publicitarias y herramientas de promoción para destacar nuestra presencia y productos en estas redes sociales.



8. **SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION (SMO):** Se trata de la optimización en redes sociales online o posicionamiento en medios sociales online mediante la participación en las conversaciones, la creación de perfiles, la adición de contenido a estos, etc.



9. **MEDIOS OFFLINE:** Aquí debemos agrupar todas las acciones en medios tradicionales (desde la prensa, radio, televisión o eventos... hasta nuestras tarjetas de visita o productos de merchansising) que aprovechemos para promocionar y lanzar nuestras acciones de marketing online.



Las **redes sociales** en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.

Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios. Existen varios tipos de redes sociales:



REDES SOCIALES GENÉRICAS. Son las más numerosas y conocidas. Las más extendidas en España son Facebook, Tuenti, Google +, Twitter o Myspace.



REDES SOCIALES PROFESIONALES. Sus miembros están relacionados laboralmente. Pueden servir para conectar compañeros o para la búsqueda de trabajo. Las más conocidas son LinkedIn, Xing y Viadeo.

- **REDES SOCIALES VERTICALES O TEMÁTICAS.** Están basadas en un tema concreto. Pueden relacionar personas con el mismo hobby, la misma actividad o el mismo rol. La más famosa es Flickr.

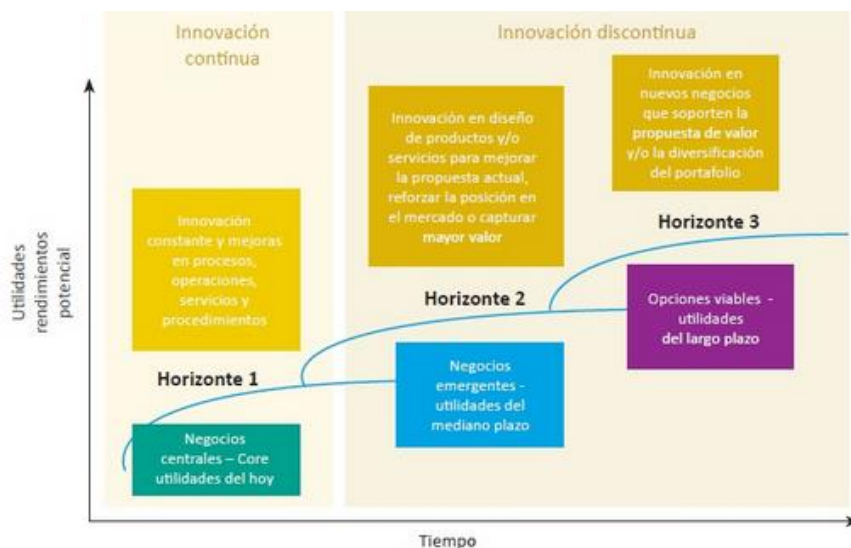


¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES Y PARA QUÉ SE UTILIZAN



Facebook, Twitter, Instagram, Youtube... Esas sociedades cibernéticas de las que hoy en día todos acabamos formando parte. Las redes sociales pueden ser utilizadas para publicar las fotos de tus vacaciones o como perfil profesional a modo de currículum pero en todo caso son un escaparate al mundo para mostrar lo mejor de tu persona o empresa.

EL CRECIMIENTO MEDIANTE LA INNOVACIÓN MEDIANTE LOS MEDIOS DIGITALES



QUE ES EL CRECIMIENTO

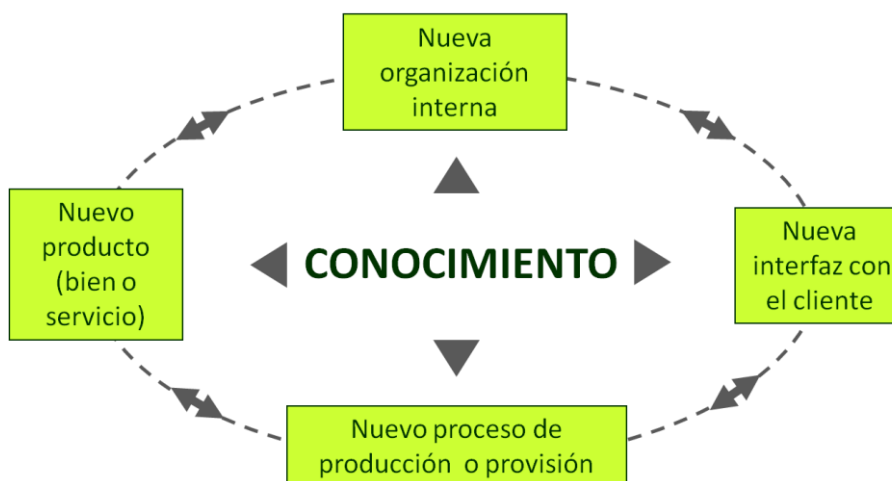
El **crecimiento empresarial** es una variable que depende de numerosos factores; la responsabilidad social **empresarial** es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento y nacimiento de su marca, renovando la imagen corporativa



QUE ES LA INNOVACION

La innovación es el soporte del crecimiento actual y futuro, de ahí que crear un ambiente que favorezca la generación y difusión de ideas e innovaciones es prioritario para lograr un crecimiento sostenido que conduzca al bienestar social.

Dónde ocurren los cambios



LA INNOVACIÓN COMO MOTOR DE CRECIMIENTO

Sin lugar a dudas, nos encontramos en la **era de la investigación** y la implantación de nuevas tecnologías.

El objetivo de la innovación consiste en **optimizar** los recursos, **mejorar el proceso productivo** e **incrementar la competitividad**.

De hecho, adaptarse a las exigencias de los nuevos mercados e incorporar nuevas medidas para mejorar los productos y/o servicios constituye una **necesidad primordial** a la hora de potenciar el crecimiento de cualquier empresa.

Por consiguiente, a modo de esquema, sabemos que (a corto/largo plazo) en una

EMPRESA: INNOVACIÓN = CRECIMIENTO

CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

El conocimiento es, en las economías avanzadas, el factor clave del crecimiento económico. El desarrollo de la ciencia como propulsor de los avances en el conocimiento, y la capacidad de las sociedades (y países) para utilizar ese conocimiento para concebir productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que compitan en los mercados globales, en esencia su capacidad para innovar, constituyen hoy la fuente de riqueza fundamental de las Economías



La integración de lo económico, con el conocimiento generado por la sociedad se ha convertido en un nuevo paradigma que revoluciona los esquemas productivos; es decir, las naciones enmarcan al conocimiento como un producto económico, dicho fenómeno es llamado **Economía del Conocimiento (EC)**; respecto a esto **Taichi Sayaka** nos dice que: *el producto económico de la nación es el resultante de todos los elementos de valor que se expresan en una sociedad, incluyendo el capital racional, emocional, financiero, relacional, tecnológico y cultural para el desarrollo de la nueva riqueza de las naciones.*

El conocimiento a lo largo de la historia siempre ha sido fundamental en el desarrollo, la novedad ahora es la rapidez con la que se “crea” y se aplica a la producción, lo cual llega a determinar ciertos niveles de vida y bienestar, puede ser la diferencia entre ser un país subdesarrollado o de primer mundo; debemos considerar que no se trata del conocimiento por sí mismo, sino, que resulte en una serie de bienes y servicios.

El fenómeno llamado EC, es definido por el Banco Mundial (2001) como:

«El conocimiento creado, adquirido, transmitido y utilizado con mayor efectividad por los individuos, las organizaciones y las comunidades para promover el desarrollo económico y social.»

Según Dahlman y Anderson (2000) la definen como:

«Una economía en la cual “el conocimiento (codificado y tácito) es creado, adquirido, transmitido y utilizado más efectivamente por empresas, organizaciones, individuos y comunidades para un mayor desarrollo económico».

OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN

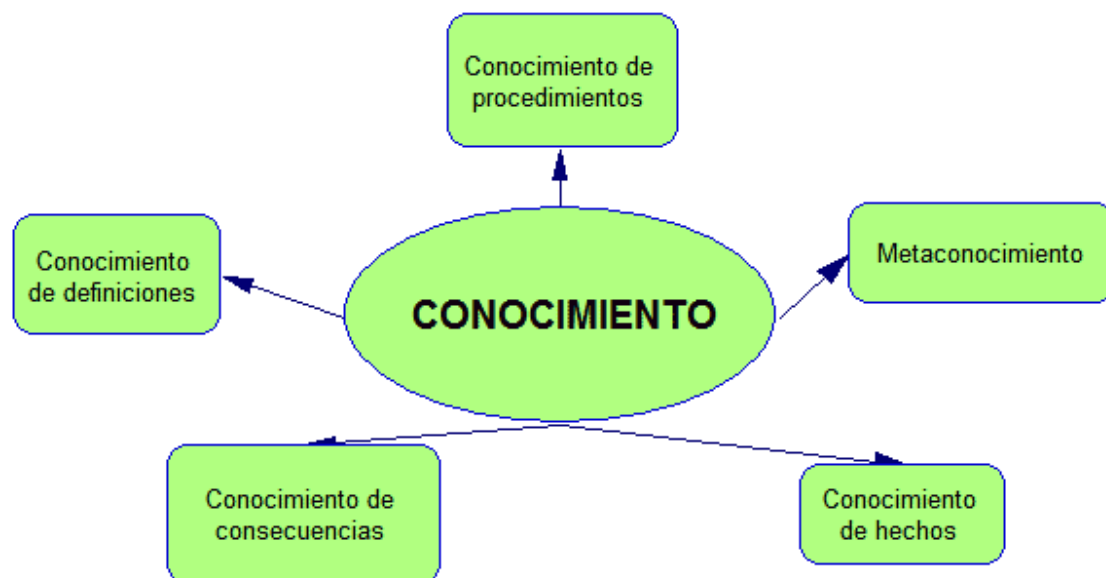
Fallos de mercado	-La I+D y el conocimiento tienen carácter de “bien público”, lo que desincentiva la actividad innovadora privada. -Los beneficios de la investigación básica no se pueden apropiar con facilidad. -Existen economías de escala, difíciles de aprovechar si la investigación es efectuada por pequeñas empresas de modo individual.
Fallos institucionales	-Sistemas de educación inadecuados a las exigencias de la innovación. -Falta de concienciación sobre las oportunidades tecnológicas. -Obstáculos administrativos y fiscales a la creación de empresas. -Escasez de financiación para la innovación. -Falta de cultura empresarial.
Fallos de redes	-Falta de articulación y conexión entre empresas, universidades y centros de investigación. -Escasez de movilidad de trabajadores. -Debilidad de la cooperación empresarial en innovación.

CONOCIMIENTO

El **conocimiento** es el **acto o efecto de conocer**. Es la capacidad del hombre para **comprender por medio de la razón** la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas

El término conocimiento indica un conjunto de datos o noticias que se tiene de una materia o ciencia. Así mismo, conocimiento hace referencia a una persona con la que se tiene relación o trato pero sin llegar a tener una amistad como yo tengo conocimiento de lo que hace ese señor.

El conocimiento se origina a través de la percepción sensorial, luego al entendimiento y finaliza en la razón. La metodología de generar conocimiento tiene dos etapas: la investigación básica, etapa donde se observa la teoría y, la investigación aplicada, etapa donde se aplica la información.



El conocimiento puede ser "**A priori**" cuando no necesita de la experiencia solo le basta la razón para llegar a un conocimiento y "**A posteriori**" cuando necesita de la experiencia para llegar a un conocimiento válido.

DISTINTAS CLASES DE CONOCIMIENTO

1. **EL CONOCIMIENTO EXPLÍCITO.** Este conocimiento puede ser comunicado a través de textos, fórmulas o esquemas. Nuestro pensamiento racional como el

razonamiento lógico se basa en este conocimiento formal y explícito. Este conocimiento puede en parte ser capturado por determinados algoritmos y por los llamados sistemas expertos. Este conocimiento se adquiere mediante el aprendizaje.

2. **EL CONOCIMIENTO TÁCITO**, este conocimiento no se puede comunicar de una manera formal. Este se adquiere mediante el ejercicio y con la imitación de un "maestro". El conocimiento tácito es la base de la intuición. Es el que se trata de captar en los sistemas de Inteligencia Artificial . Hasta ahora, con un éxito limitado
3. **EL CONOCIMIENTO PROCEDIMENTAL**. Este es el que (en parte) se incorpora (vía software) en herramientas, y se adquiere por la formación. Este conocimiento es primero de los que pueden ser automatizados, como es el caso de los sistemas de ERP.
4. **CONOCIMIENTO EN RED**. Este conocimiento está relacionado con el conocimiento individual de las personas, cada una con sus competencias específicas. La Web 2.0 se centra de manera muy especial en este tipo de conocimiento. Ejemplos específicos son los servicios de Internet o Wikipedia.
5. **DATOS E INFORMACIÓN** . La diferencia entre los datos y la información es que los datos son sólo cifras (datos cuantitativos) y palabras (datos cualitativos) y la información es la interpretación de los datos, una vez que los datos son manipulados según determinados modelos formales. La base de datos es el sistema que capta este tipo de conocimiento.

Finalidad de la tecnología



EL CRECIMIENTO MEDIANTE LA INNOVACIÓN

*"La **innovación** es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continúa, y orientados al cliente, consumidor o usuario".*

(J.A. Schumpeter)

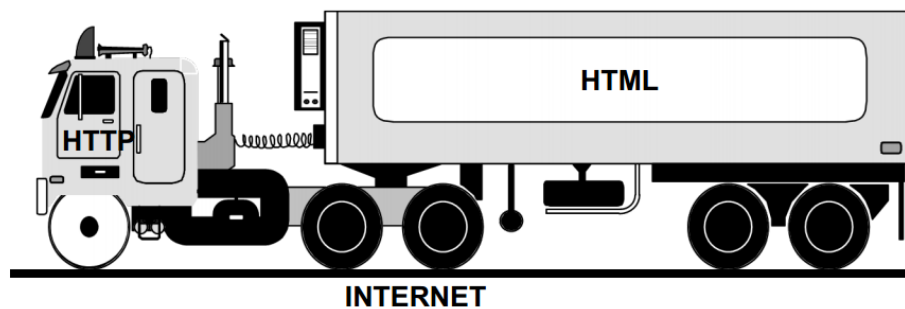


QUE ES LA WEB

- La **World Wide Web** (literalmente sería algo así como la Red de Alcance Mundial, en inglés) es una colección de documentos electrónicos que están vinculados entre sí, como una telaraña.

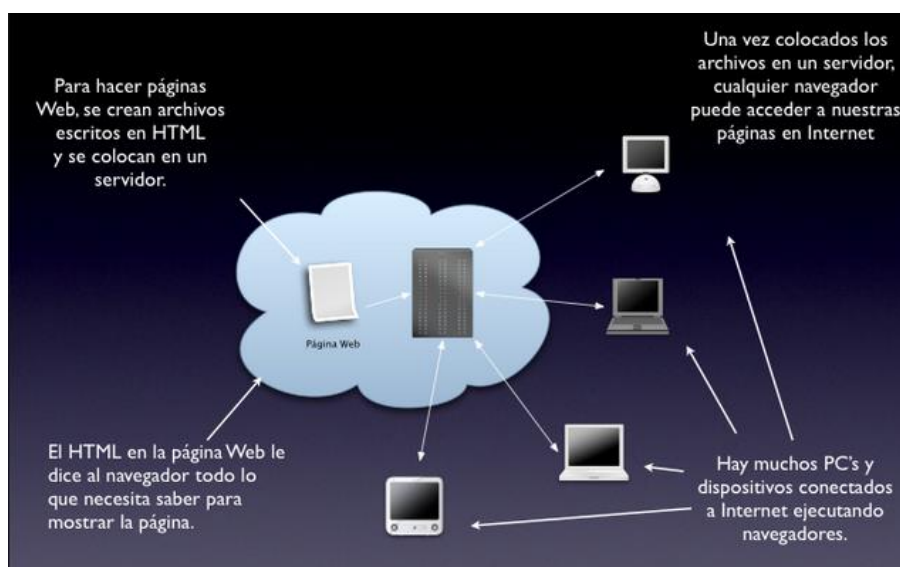
- Estos documentos están almacenados en computadoras llamadas **servidores** situados en todas partes del mundo
- La Web ha evolucionado hasta ser un **medio de publicación electrónica** global, y, de forma creciente, un medio que sirve de soporte al **comercio electrónico**

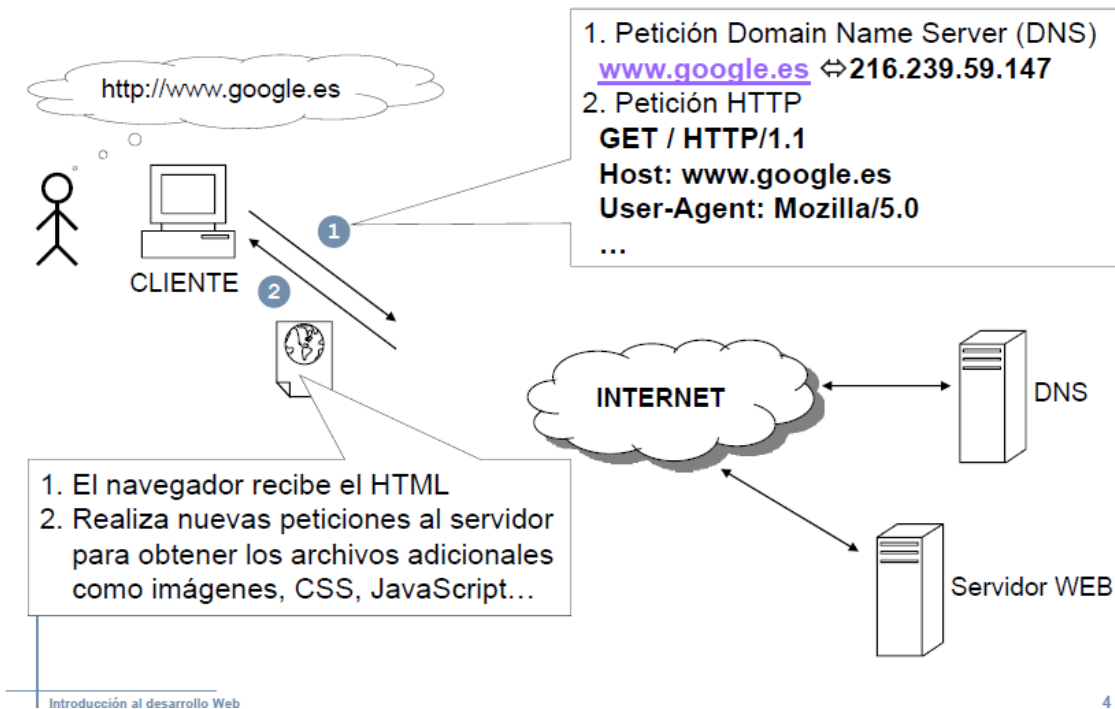
LA WWW NO ES INTERNET, ES UN SERVICIO QUE ESTÁ MONTADO SOBRE INTERNET



Internet (la red) está formado por el conjunto de ordenadores que están interconectados entre sí.

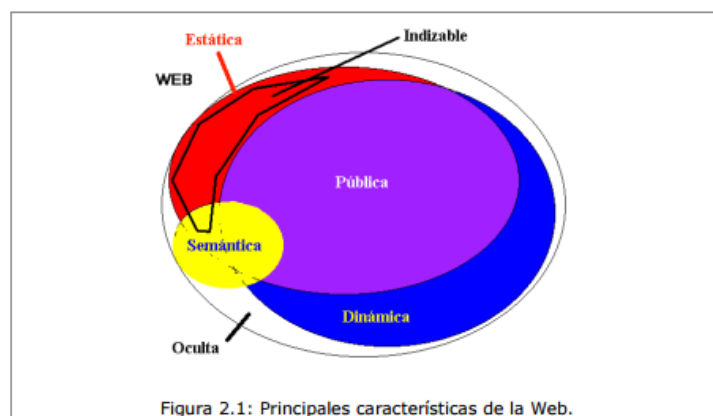
COMO FUNCIONA





¿Qué estructura tiene la telaraña mundial de computadores o World Wide Web?

(la Web de ahora en adelante, aunque no me queda claro si es femenino o masculino). Nadie sabe. Crece más rápido que la capacidad de ella misma para detectar sus cambios. Sus conexiones son dinámicas y muchas de ellas quedan obsoletas sin ser nunca actualizadas. El contenido de la Web es hoy de miles de terabytes (un terabyte o Tb es un billón de megabytes) de texto, imágenes, audio y video. Para aprovechar esta gran base de datos no estructurada es importante poder buscar información en ella, adaptándose al crecimiento continuo de la Web.



La Web es compleja: hay páginas estáticas y dinámicas, públicas y privadas, con o sin metadatos, que representan la semántica de la Web

- **LAS PÁGINAS ESTÁTICAS** son aquellas que existen todo el tiempo en un archivo en algún servidor Web. Las páginas dinámicas son aquellas que se crean cuando una persona interactúa con un servidor Web, por ejemplo la respuesta a una consulta en un buscador o el resultado de rellenar un formulario en un sitio de comercio electrónico. Actualmente, la mayor parte de la Web es dinámica, y como en algunos sitios se puede generar un número no acotado de páginas dinámicas (por ejemplo, un calendario), la Web que podemos crear es infinita.
- **LAS PÁGINAS PÚBLICAS** son las que todas las personas pueden ver y las privadas son las que están protegidas por una clave o se encuentran dentro de una Intranet. Como cada persona tiene acceso a distintas páginas privadas, la Web pública depende del observador. En particular cada buscador refleja una Web pública distinta. Algunos sitios tienen información semántica que ayuda a los buscadores y se estima que un 5% de ellos tiene información fidedigna.

Sin embargo, más son los sitios que tienen información falsa, lo que se llama spam de Web

LA "WEB"



La "**Web**", apócope de "*World Wide Web*" (que se abrevia con las siglas *www*), es uno de los métodos que Internet ofrece para explorar documentos conectados a través de hipervínculos.

El concepto de la Web se perfeccionó en el CERN (Centre Européen de Recherche Nucléaire) en 1991 por un grupo de investigadores, entre ellos el creador del sistema de hipervínculos, Tim Berners-Lee, a quien actualmente se considera como el padre de la Web.

El principio de la Web se basa en el uso de hipervínculos para navegar entre documentos (que se llaman "**páginas Web**") mediante un programa

llamado navegador. Una página Web es un archivo de texto simple escrito en un lenguaje de marcado llamado HTML que permite, a través de etiquetas, describir el diseño del documento, sus elementos gráficos o los vínculos a otros documentos.

Aparte de los vínculos que conectan documentos formateados, la Web usa el protocolo HTTP para establecer vínculos con documentos alojados en equipos distantes (que se denominan servidores web, en contraposición al cliente representado por el navegador). Los documentos en Internet se identifican con una dirección única llamada URL que permite que un recurso se localice independientemente del servidor de Internet donde se aloje.



¿QUÉ ES UN SITIO WEB?

Un sitio Web (también conocido como sitio de Internet o *página de inicio* si es un sitio personal) es un grupo de archivos HTML almacenados en un equipo que está siempre conectado a Internet (un servidor Web).

Por lo general, un sitio Web se construye alrededor de una página central, la "**página de bienvenida**", que ofrece vínculos a un conjunto de páginas alojadas en el mismo servidor y, a veces, a vínculos "externos" que llevan a páginas alojadas en otro servidor.

Una dirección URL tiene la siguiente forma:

<http://www.commentcamarche.com/www/www-intro.php3>

QUÉ ES EL WWW → WORLD WIDE WEB

Son las iniciales que identifican a la expresión inglesa **WORLD WIDE WEB**, el sistema de **documentos de hipertexto** que se encuentran enlazados entre sí y a los que se accede por medio de **Internet**. A través de un **software** conocido como **navegador**, los usuarios pueden visualizar diversos sitios web (los cuales contienen texto, imágenes, videos y otros contenidos multimedia) y navegar a través de ellos mediante los **hipervínculos**.



Gracias precisamente a Internet, al uso de la www y, por consiguiente, a las diversas páginas web que aquellas presentan los ciudadanos de todo el mundo tenemos la posibilidad de acceder a un sinfín de espacios donde podemos encontrar la información sobre un aspecto que estamos buscando, donde tenemos la oportunidad de entretenernos visualizando imágenes interesantes o incluso donde podemos comunicarnos con personas de cualquier rincón de la geografía de nuestro planeta

PARTES DE UN SITIO WEB

En esta sección explicaremos una a una las partes constituyentes más importantes de un sitio Web. Cuando hablamos de "partes" no nos referimos exclusivamente a lo que a aspecto visual se refiere sino a todo lo que usted adquiere y puede planear cuando contrata un servicio de diseño Web. No será tema de esta sección el sitio e-commerce ya que este tema tiene su correspondiente sección. no puedan ser utilizadas para uso comercial). De cualquier manera, siempre es mejor que usted tenga sus propias fotografías, pero para tomarlas debe contratar a un Los botones sirven para que el usuario navegue por el sitio. Presionando cada uno de comprobarlo no alcanza con ingresar la dirección en un navegador porque quizá alguien tiene ese dominio a su nombre pero no lo está utilizando. Es como si habláramos de una casa: alguien puede ser propietario de una casa aunque no la habite o por lo menos eso dice la ley. Para comprobar que el dominio esté disponible hay que ingresarlo en determinados sitios que se encargan de vender o registrar dominios. Existen dominios gratis y otros que son pagos, según qué tipo de dominio usted desee, deberá pagar por él o no. De cualquier manera, el precio de estos nombres no supera los quince dólares.}

- **ALOJAMIENTO:**

Éste es un punto bastante difícil de explicar algunas veces. Haciéndolo simple: un sitio Web es una serie de archivos. Estos archivos tienen que estar en alguna computadora para que se pueda acceder a ellos. Entonces, el alojamiento de su sitio es eso: el lugar que ocupan en alguna computadora en el mundo que funcione como servidor. Cuando usted hace un diseño Web le cobran una cuota anual por alojar su página. Generalmente, el precio del alojamiento es muy accesible y no modifica en nada sus finanzas. El alojamiento puede significar un par de dólares mensuales y nada más.

- **CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO:**

Cuando usted contrata un servicio de diseño Web y tiene su página Web propia también tiene la posibilidad de tener cuentas de mail propias. Estas cuentas tendrán la siguiente forma: sunombre@dominiodesusitio.com. Por ejemplo, en mi caso sería redactor@top-web-designer.com. Generalmente, no hay problema en que usted pida varias cuentas de correo electrónico. Es muy común que los sitios tengan una cuenta que sea info@dominio.com para que las personas envíen sus consultas. Lo mejor para manejar estas cuentas es utilizar un software de organización de correo electrónico como es el Outlook, el Outlook express o el Thunderbird.

- **FORMULARIO:**

En la sección de contacto usted puede poner un formulario con diferentes campos para que los usuarios lo llenen con los datos que usted desee y escriban el mensaje que le quiera hacer llegar. De esta manera, usted se asegura que los datos que usted necesita para responder el mail estén ahí. Los formularios pueden tener la opción de escribir en los campos, de tildar la opción correcta o tener un drop down que son esas flechitas que abren un menú para elegir la opción que corresponda. Existen otros componentes que, más que formar parte de las páginas web, las acompañan y suelen guardarse al disco duro para después verlos o ejecutarlos:

- **FICHEROS ADJUNTOS:**

zip, rar. Es frecuente que encontremos en muchos sitios programas o ficheros comprimidos en algún formato (normalmente el zip), para acelerar el tiempo de descarga por parte de los usuarios. Cada zip, rar o sit tiene en su interior uno o varios ficheros, que se extraen a la carpeta que indiquemos al programa que los abre y maneja. El programa más utilizado es Winzip. Este es shareware, pero existen otras utilidades semejantes gratis; además, windows a partir de la versión Me puede encargarse por sí mismo de este tipo de formato de compresión. Podemos encontrarlos en cualquier servidor de programas. Se trata de un añadido imprescindible para navegar.

