
ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

25-08-2025

Contenido

1. Estrategia de Marketing Digital	2
1.1. LinkedIn	2
1.2. YouTube	4

1. Estrategia de Marketing Digital

La estrategia de marketing digital constituye un pilar fundamental para fortalecer la presencia de la empresa en el entorno online y mejorar su posicionamiento frente a la competencia. En este contexto, se han implementado acciones específicas en diferentes plataformas que permiten incrementar la visibilidad, atraer potenciales clientes y consolidar la identidad de marca. A continuación, se detallan las principales iniciativas realizadas en **LinkedIn** y **YouTube**.

1.1. LinkedIn

Se ha creado una cuenta empresarial en la plataforma LinkedIn, registrada con la dirección de correo electrónico **belinilupa1@gmail.com**. Esta cuenta permite a la organización administrar su perfil corporativo, realizar publicaciones periódicas y gestionar interacciones con seguidores, lo cual contribuye de manera significativa al posicionamiento digital de la empresa.

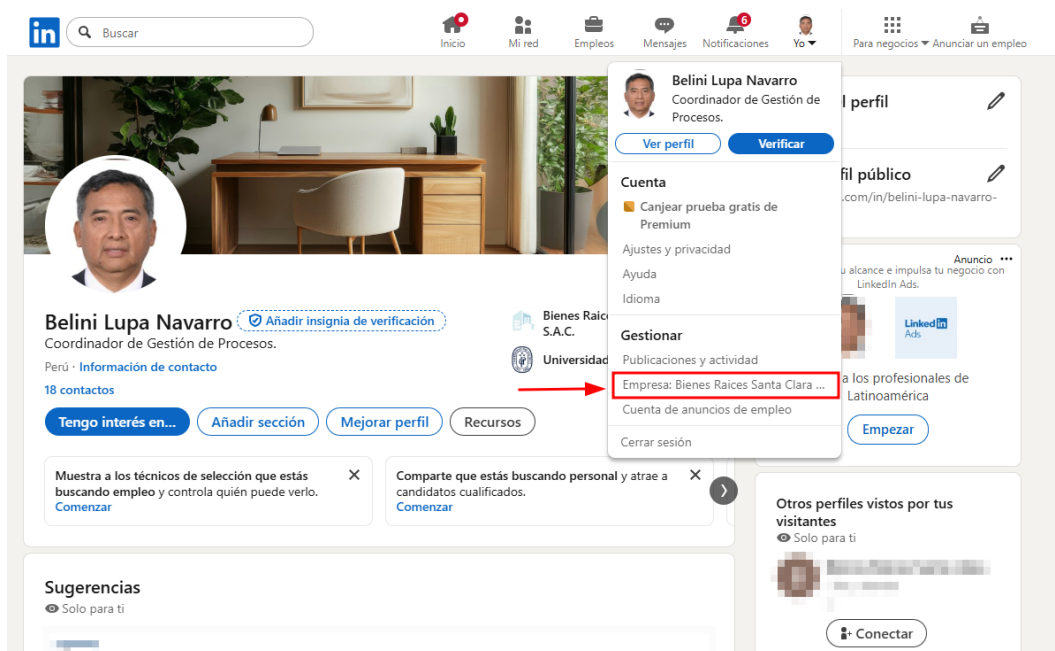


Figura 1: Perfil de la empresa en LinkedIn

Dentro del menú principal de la plataforma, se encuentran diversas opciones de administración. Entre las más destacadas se encuentra la sección **Publicaciones de la página**, que facilita la gestión de contenidos publicados y el seguimiento del alcance e impacto generado en la comunidad digital.

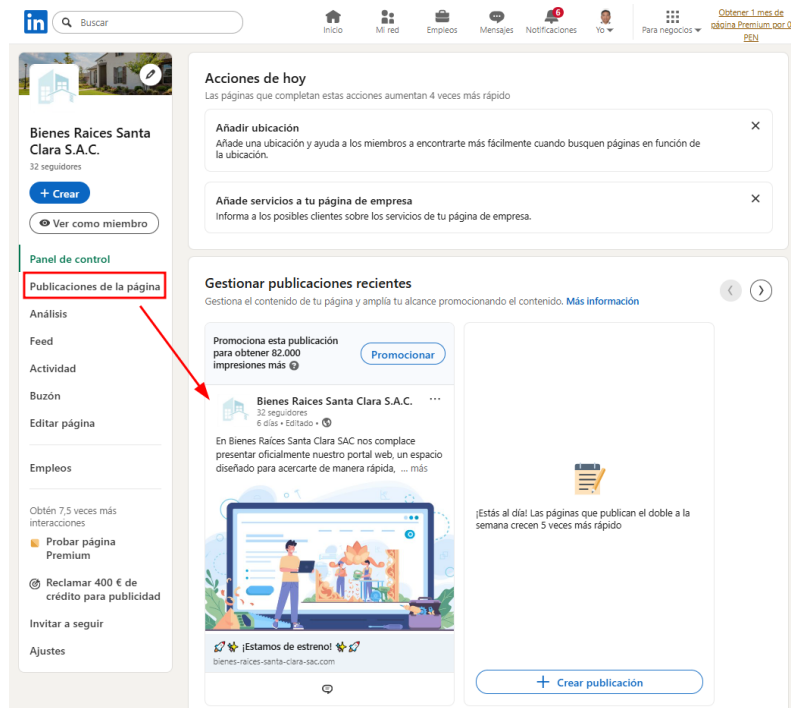


Figura 2: Menú de publicaciones en LinkedIn

Una de las estrategias utilizadas para aumentar la **base de seguidores** consiste en la publicación de anuncios de empleo a través del perfil corporativo.

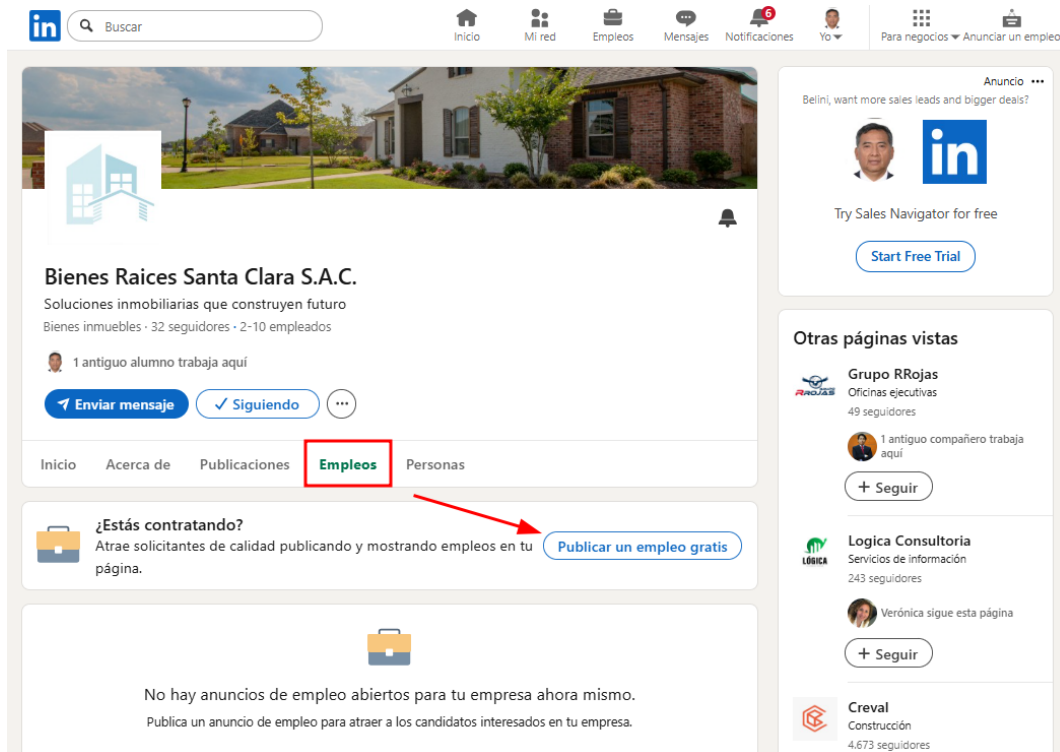


Figura 3: Página principal de la aplicación en LinkedIn

Este tipo de publicaciones, además de generar oportunidades laborales, incrementa la visibilidad de la empresa en la red profesional, atrayendo a candidatos interesados y fortaleciendo la reputación corporativa. Asimismo, la constancia en la publicación de contenido de valor (noticias, artículos especializados, logros empresariales, etc.) resulta esencial para mejorar la optimización en motores de búsqueda (SEO), ya que permite que la empresa se posicione de manera más efectiva en el ecosistema digital.

1.2. YouTube

La plataforma YouTube, se busca difundir contenido audiovisual orientado a presentar servicios, mostrar casos de éxito, transmitir testimonios de clientes e información relacionado con el sector.

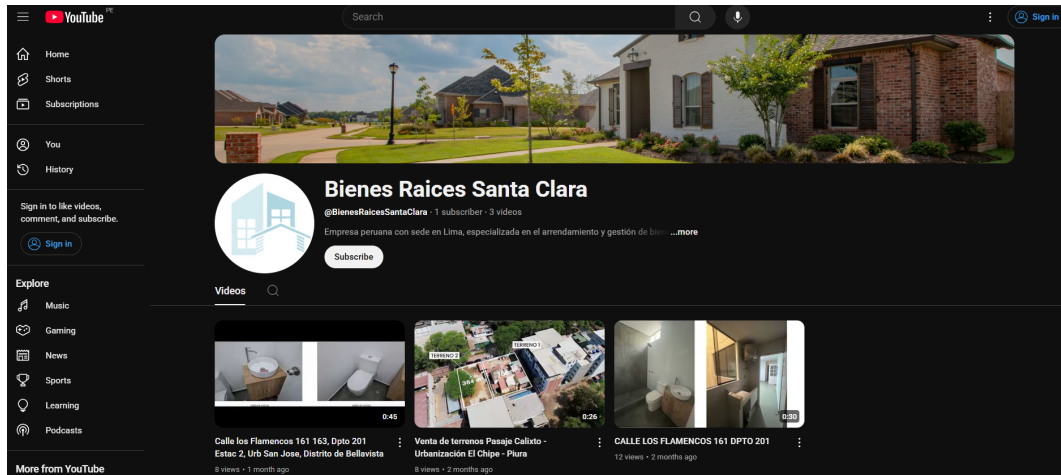


Figura 4: Página principal del canal YouTube

En este sentido, el canal de YouTube de la empresa no solo servirá como medio de promoción, sino también como una fuente confiable de información que refuerce la credibilidad y el prestigio de la marca en el entorno digital.

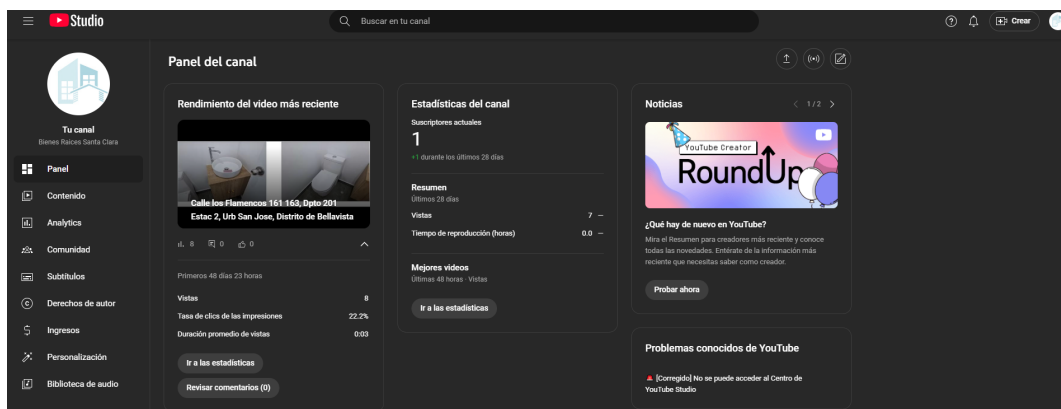


Figura 5: Estadísticas del canal