5 Pasos para incrementar el impacto y la presencia de tu empresa en internet



Presencia digital *para pymes*

publicar | guru

Compartir este eBook

¿Este es el ebook *indicado para mí?*

- **Principiante**

Si hasta ahora estás empezando a conocer el tema, este contenido incluye instrucciones paso a paso de cómo empezar una actividad determinada de marketing y lo que debes conocer sobre sus fundamentos.

- **Intermedio**

Si ya sabes del tema y has podido trabajar en marketing, pero cuentas con poca experiencia en la ejecución de estrategias y tácticas relacionadas, este contenido incluye fundamentos y nuevos conceptos, pero con mayor nivel de profundidad y más cantidad de ejemplos.

- **Avanzado**

En caso de que ya seas un experto o estés en camino a serlo, encontrarás la ayuda para reforzar tu conocimiento y complementar tu visión. Después de leer este material estarás listo para ejecutar y ayudar a otros a conseguir resultados satisfactorios.

Compartir este eBook

ÍNDICE

- **Introducción.**

1.Define tu estrategia.

2.Todo alrededor de tu página web.

3.Más posicionamiento y mayor tráfico.

4.Presencia en cualquier dispositivo.

5. Promueve la interacción con los usuarios.

publicar | guru

El 10.3% de los usuarios de internet en el mundo se encuentran en Latinoamérica.
Internet World Stats.

El 59.6% de las personas en Latinoamérica son usuarios de internet.
El Universal.

El 40% de los usuarios utilizan en promedio dos dispositivos para conectarse a la red.
eMarketer.

El 42% de los latinoamericanos ya utilizan el comercio electrónico.
EFE.

Se estima que el e-Commerce en la región venderá $79.74 MMDD para 2019.
Linio.



Las cifras muestran el crecimiento del mundo digital en la región, pero también son evidencia de que contar con una página web no es suficiente, pues debe ir de la mano de estrategias y herramientas que permitan generar tráfico hacia estos sitios y posteriormente convertirlos en canales efectivos de conversión que se traduzcan en ventas.

Hoy en día los negocios se enfrentan a un escenario diverso y que los reta a innovar a diario. El consumidor cuenta con la ventaja de poder escoger dentro de una infinidad de opciones, es por esto que las pymes deben buscar la manera indicada de actuar mediante objetivos claros.

Acá encontrarás una guía para saber qué camino seguir en el entorno digital y por supuesto aprender a ganarte la confianza de tus usuarios.

Yojana Cárdenas
@yojisc

publicar | guru

Compartir este eBook



Paso 1

Planifica tu estrategia

publicar | guru

> Tu plan de marketing debe contar con objetivos claros, indicadores, audiencia y medios a utilizar.



Antes de apresurarte con distintas tácticas enfocadas en tener presencia digital, debes trabajar en un plan de marketing con objetivos claros, indicadores, audiencia y medios a utilizar. Si lo haces de la manera correcta, tu marca ganará visibilidad en los espacios más competitivos y por supuesto los más adecuados a tu mercado.

Tu negocio logrará proyectarse de manera efectiva con las audiencias que en realidad te interesan; abrirás nuevos mercados que te ayudarán a dar a conocer tus productos o servicios. Todo por medio de nuevas plataformas de comunicación que sean acordes a tu intención y objetivos.

Antes de comenzar a plantearte la ruta a seguir, debes contar con algunos lineamientos que te permitan contar con una presencia digital acorde a tus objetivos. Algunos de los primeros pasos a seguir son:





Con esto garantizarás que todo lo que lleves a cabo tenga una meta, así nunca estarás improvisando. A esto puedes sumarle los siguientes 3 principios que te ayudarán a tener éxito:

Conoce a tus clientes, evita estar en el lugar equivocado.

Antes de comenzar con tu estrategia debes aclarar algunos criterios, entre ellos el más importante: conocer a tu público objetivo, pues debes pensar como ellos para llegar con el mensaje adecuado, en el momento oportuno para aumentar tus posibilidades de estar presente en la intención de compra.





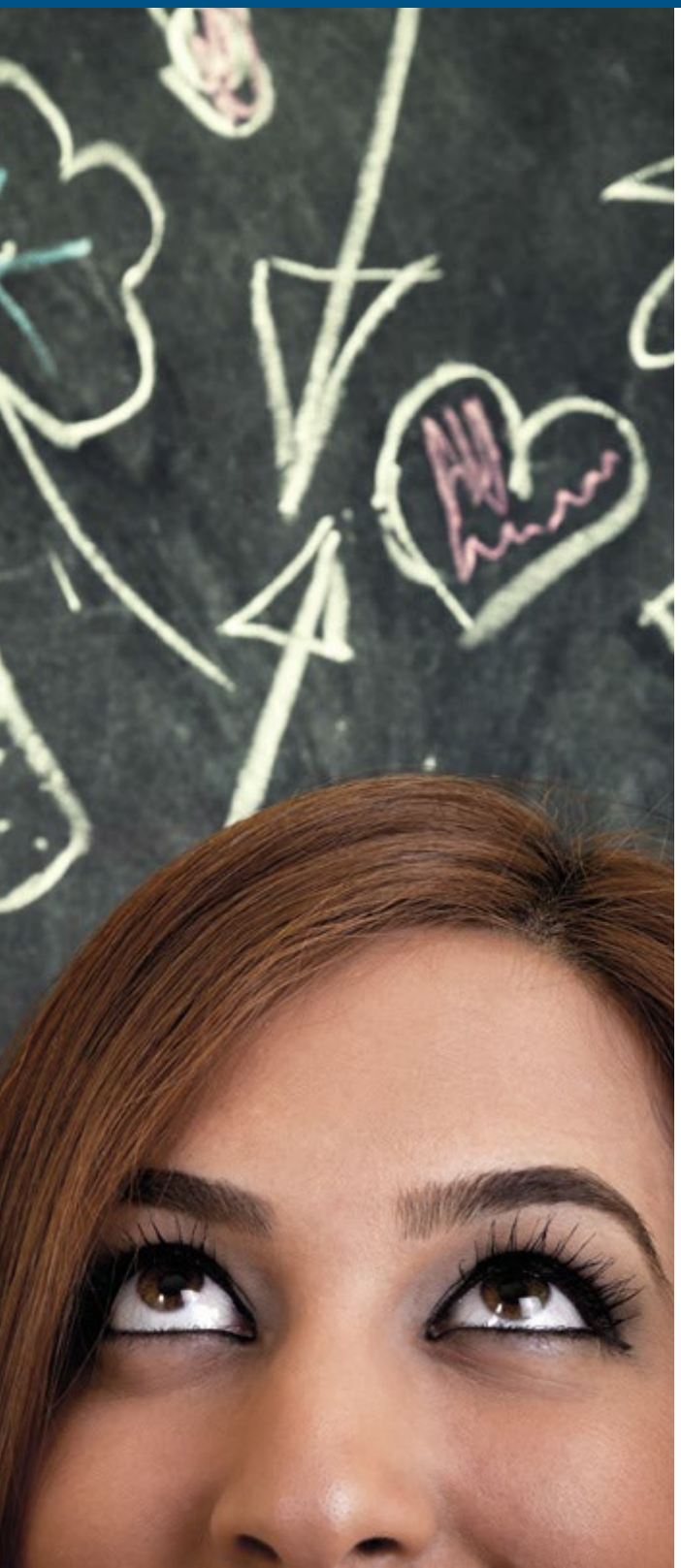
Para esto puedes aplicar encuestas o entrevistas que te permitan conocerlos, con esto podrás segmentar de una manera acertada para encaminar todas las acciones que se desarrollarán. Tu prioridad debe ser agradar a los usuarios y construir perfiles en las diferentes redes sociales.

Con esto tendrás los datos suficientes que te permitirán contar con cuatro criterios indispensables:

- Criterio demográfico.

- Criterio geográfico.
- Criterio psicológico *(cómo es su estilo de vida).*
- Criterio de comportamiento.

Diseña estrategias propias, tu empresa es única.



> “Tu prioridad deben ser los usuarios, nunca la competencia”

Al inicio del año o en la época en que estés planeando tu estrategia céntrate en tus usuarios como foco principal y eje de la misma. Con esto estarás pensando en la mejor forma de sorprenderlos y sobre todo ser su primera opción.

Si por el contrario te centras en lo que hace la competencia y preparas una estrategia hostil, tus usuarios lo notarán y comenzarán a dejar de seguir a tu empresa. Esto no quiere decir que no monitorees lo que hacen los demás negocios similares al tuyo y que no respondas a acciones que puedes restarte clientes, solo que no debe ser el centro de la estrategia.

Pensar únicamente en la competencia te puede afectar en tu posicionamiento. Ten presente que tu plan de marketing será efectivo, cuando llenes las expectativas del usuario, evita 'las guerras' entre empresas que no dejan más que páginas sin visitas, sin conversión y por ende sin ventas.

Lo que no se mide no se mejora.

Al momento que trazas tus estrategias debes considerar dentro de estas las herramientas y formas en que vas a medir la efectividad de las mismas, pues solo así sabrás si vas encaminado a cumplir tus objetivos.

La medición es tan importante como los canales de distribución de la información, pues podrás tomar medidas de acción sobre el plan de marketing digital para mejorar los contenidos, hacer



modificaciones en las redes sociales empleadas y ajustar el sitio web o las diferentes publicaciones de acuerdo con las necesidades de los usuarios.

Medir no solo es clave para monitorear, sino también para implementar acciones que corrijan a tiempo lo que está desviado de los objetivos.

Compartir este eBook

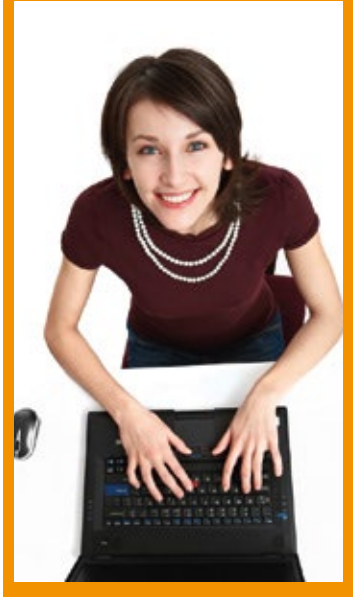


Paso 2

Tu página web es el centro de todo

publicar | guru





Una página web no trabaja sola, necesita que mediante herramientas externas se le provea de tráfico. Es por esto que debes buscar la manera de sobresalir dentro del ecosistema digital, y llegar justo en el momento preciso a tus clientes potenciales.

Pero dejando un poco de lado las herramientas que te generarán tráfico y centrándonos únicamente en tu página web, hay factores a considerar que se tornan vitales. Dentro de estos resalta el contenido, el cual debe ser veraz, actual y utilizar palabras claves que te ayuden a posicionar dentro de los buscadores. Según PostedIn, el contar con un blog dentro de la estrategia puede llegar a generar hasta 67% más leads.

En este punto debes considerar que bajo ningún motivo, a menos que sea extremadamente necesario, incluir la molesta publicidad de un proveedor gratuito o de otras empresas. La imagen de tu negocio no se debe tomar a la deriva.

publicar guru

Hoy en día hay un sinfín de opciones para crear una página web, desde hacerlas gratuitamente, hasta contar con un experto que se encargue, es por eso que acá te debes proyectar a largo plazo y tener en cuenta el crecimiento y los objetivos que te has planteado.

Debes considerar la seguridad de la información, el tiempo de diseño y edición de contenidos, pero más que nada la versatilidad que maneje para distintos dispositivos. Según Google en EE.UU., el 94% de las personas con smartphones buscan información local desde los teléfonos.

Es por esto que debes tener factores clave en consideración como:



Compartir este eBook



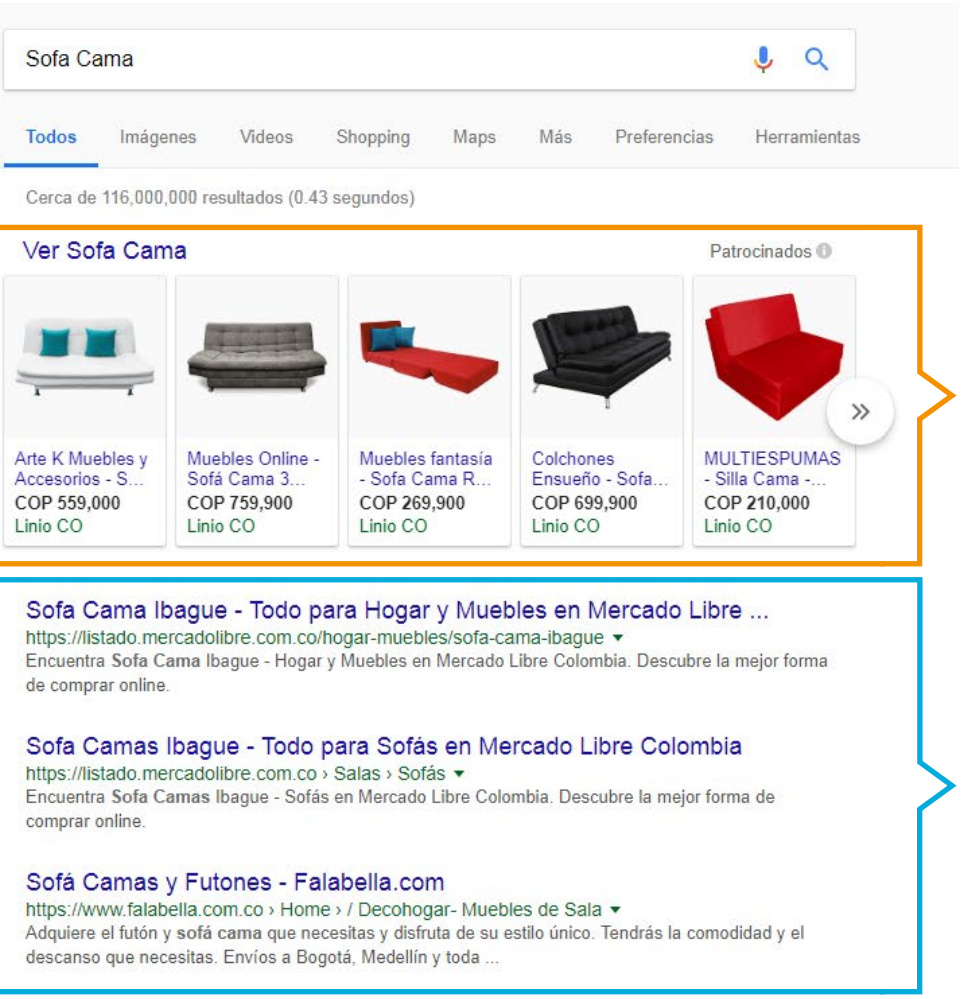
Paso 3

Mejor posicionamiento, mayor tráfico

publicar | guru

A este punto ya sabes que contar con una página web no es suficiente, pues el ecosistema digital es bastante amplio y competitivo. Es algo así como si estuvieras en un concierto y a mitad de show gritas para que te vean, imposible que te escuchen y sobre todo que te vean, *¿verdad?*

Es por esto que debes enfocar tus esfuerzos en lograr que tu página se robe todas las miradas, o mejor dicho, todos los clicks. Para que esto suceda debes entender qué es y cómo se aplican dos conceptos fundamentales en el mundo digital, **SEM** y **SEO**.



¿Qué es SEM? El Search Engine Marketing o SEM es la estrategia que posiciona tu sitio web, pero ¿cómo? Se hace mediante campañas de banner en diferentes páginas adscritas y da prioridad en la búsqueda a las empresas o páginas que contraten los servicios de posicionamiento con ellos.

¿Qué es SEO? El Search Engine Optimization o SEO es lo que debes hacer con tu página web para que los motores de búsqueda la posicionen en los primeros resultados, pero de forma orgánica y natural. En otras palabras, sin pagar resultados patrocinados, como se hace con el SEM.

publicar | guru

Ten en cuenta que lo ideal sería combinar los dos conceptos, pero en caso tal de que en algún momento lances una campaña que sea vital dentro de tu estrategia o tengas un producto o servicio nuevo la mejor opción sería el SEM.

Para que comprendas a profundidad los conceptos te mostramos las ventajas y desventajas de los mismos.

SEO

Ventajas SEM

- Resultados inmediatos.
- Llegas al cliente interesado en el momento indicado.
- Puedes medir con exactitud los resultados.
- Permite segmentar de gran manera.
- Se muestra el aviso las veces que sean necesarias, pero se cobra cuando alguien haga clic sobre el mismo.
- Tú determinas la inversión.

Desventajas SEM

- Los resultados no siempre son óptimos, con la medición diaria se pueden hacer ajustes.
- Dependes de invertir para estar en los mejores resultados.
- Apareces en la columna de publicidad que no siempre es la más consultada por los usuarios.

SEM

Ventajas SEO

- Mides con exactitud los resultados.
- Apareces en la columna de la izquierda cuando estás en los primeros resultados, la más consultada por los usuarios.
- Una vez posicionado aparecerás en la primera página.
- Hay mayor independencia, porque una vez posicionado no dependerás del pago de una campaña para estar en un lugar privilegiado.

Desventajas

- Normalmente un posicionamiento SEO lleva un período mínimo de 6 meses de trabajo diario.
- A diferencia del SEM, en el SEO es preferible fijar un objetivo de posicionamiento por pocas palabras claves (4 o 5) y una vez que se haya cumplido el mismo seguir con otras.

Compartir este eBook



Paso 4

Visibilidad en todo dispositivo

publicar | guru



El uso de los dispositivos móviles continuará en crecimiento. Proyecciones apuntan que los "smartphones serán el 88% de dispositivos móviles en 2020".
Portafolio.

Hoy en día es casi vital contar con una conexión a internet en todo momento. Por esto se apunta que "los teléfonos inteligentes suponen el 60% de las conexiones móviles en América Latina".
EFE.

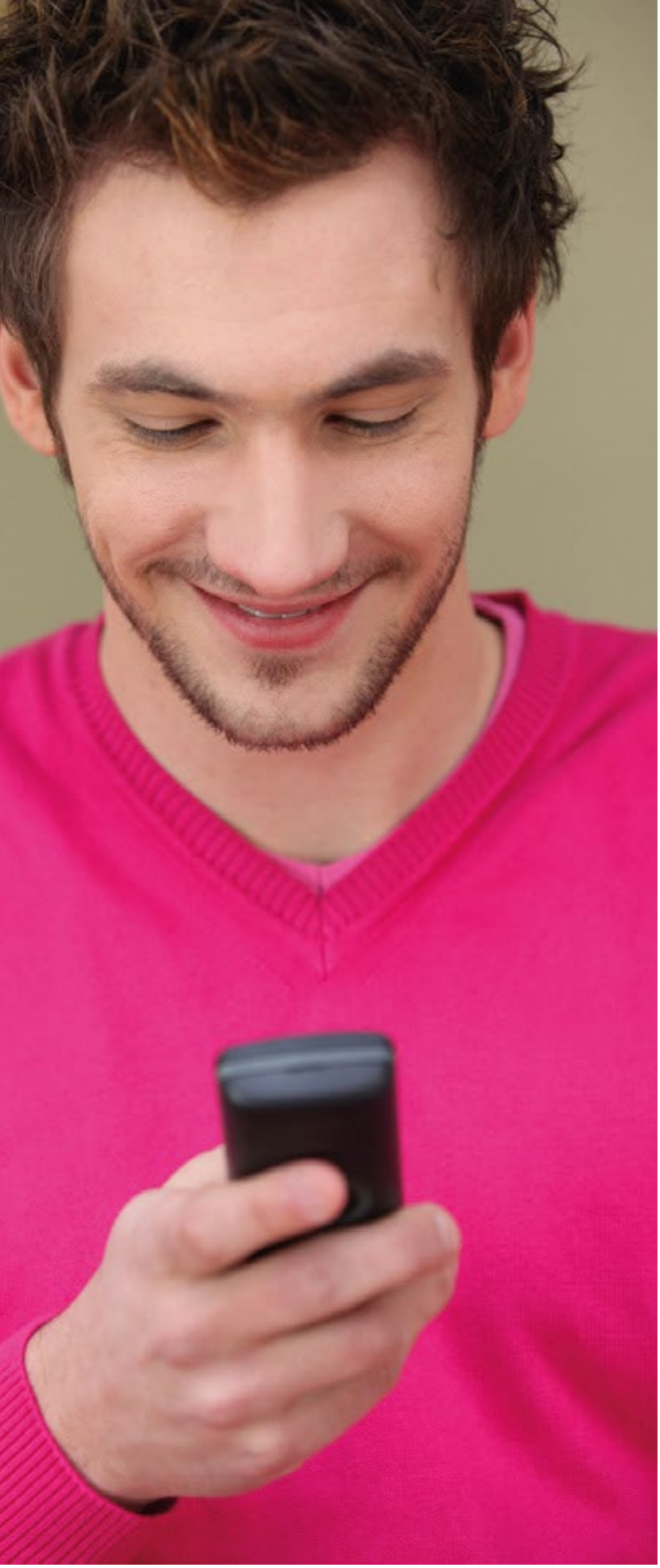




Los negocios no son ajenos al uso de dispositivos móviles y muchas de sus estrategias se centran en esto. Se calcula que "el ecosistema de la telefonía móvil genera el 5% del PIB de América Latina".
El Observador.

Todos los días la necesidad de las personas para conectarse a la red crece. "Para el 2020, la región habrá sumado 150 millones de nuevos usuarios de internet móvil, alcanzando así un total de 450 millones".
El Economista.





Latinoamérica ha contado con un crecimiento móvil en los últimos años bastante alto. Según GSMA se ha generado **255.000** millones de dólares lo que representa el **5%** del PIB de la región. Siguiendo la proyección se estima que para el **2020** el aporte será de **315.000** millones, es decir el **5,5%.** Por su lado la penetración móvil aumentará de un **65%** de **2015** a un estimado de **78%** en **2020**, año en el que se estima hayan **150** millones de nuevos usuarios de internet móvil.

La optimización es vital

Mucho habrás escuchado hablar sobre el diseño responsive o en otras palabras, un diseño web adaptado a cualquier dispositivo. Esto es vital dentro de tu estrategia, pues según datos arrojados por Google, en EE.UU., el **94%** de las personas con smartphones buscan información local desde los teléfonos. Es decir, tu página se debe adaptar a todo tipo de pantalla para que sobresalga en el ecosistema digital.

Ventajas de un diseño responsive

1. **Ahorra dinero y tiempo:** al momento que diseñas tu página web debes adaptarla una sola vez, es por esto que la asesoría de un experto es vital, la idea es no invertir en una versión móvil y otra estándar.

2. **Mayor tráfico:** tus clientes te buscará cuando te necesiten, es por esto que tu página debe estar disponible en todo tipo de pantalla y contar con un funcionamiento óptimo. Con esto los usuarios disfrutarán de la experiencia.

3. **Mayor conexión:** tus visitantes interpretarán que piensas en ellos al facilitarles la experiencia de navegación.

4. **Voz a voz:** tus clientes se sentirán más seguros de compartir las novedades de tu empresa con sus contactos, ya sea a través de redes sociales u otro medio. Si tu contenido es sencillo, legible y fácil de compartir, ellos podrán leerlo y participar.



¿Tener o no un app dentro *de tu estrategia?*

Antes de pensar si debes o no contar con una app dentro de tu estrategia, te invitamos a que te contestes unas preguntas:

- ¿Realmente tengo una buena idea para una aplicación móvil?
- ¿Puedo ayudarles a mis clientes actuales y futuros a hacer algo mejor?
- ¿Lograría fidelizarlos?



Si todas tus respuestas fueron afirmativas, tómate el tiempo y destina recursos a la creación de una aplicación para tu negocio.

Establece con claridad el concepto de tu aplicación y en qué se va a concentrar. No pienses en abarcar todas las áreas, ve paso a paso y entrégales a tus clientes actuales y futuros un producto desarrollado en excelencia. La ayuda de un experto es vital para que puedas cumplir con las expectativas de los usuarios.

publicar | guru

Compartir este eBook



Paso 5

Crea comunidad y promueve la interacción

publicar | guru

A este punto ya conoces el por qué es tan importante contar con una página web, algunos de los factores que intervienen para que se posicione y por supuesto el cómo ganar tráfico en una sinfín de opciones de información.

Ahora viene el cómo hacer que quienes aún no te conocen lo hagan, para esto son vitales las redes sociales.

De los cerca de **3,17** mil millones de usuarios de internet, **2,3** mil millones son usuarios activos de redes sociales.
Brandwatch.

Que tu marca esté presente en redes sociales no es una moda, es algo vital dentro de tu estrategia, pues mediante estas podrás acercarte de mejor manera a tus usuarios, conocerlos y por supuesto llegar en el momento adecuado, con el mensaje correcto a la audiencia que te espera.



No todas las redes sociales son para todos los negocios, por eso debes pensar en cómo y cuál es la mejor forma para conectar con tu público objetivo. Para comenzar debes tener en cuenta redes como: Google+ para posicionamiento, Facebook para visibilidad y Twitter para atención al cliente.

Piensa bien antes de aventurarte en las redes y ten en cuenta factores como:



- **Escucha a tus clientes:** evalúa tus actividades sociales.



- **Establece objetivos:** ¿cómo puedes aprovechar las fortalezas de tu marca en el escenario online? Alinea con tus objetivos de negocio.



- **Elabora una estrategia:** ¿cómo y dónde deberías estar? ¿Quién asumirá este trabajo?



- **Selecciona las herramientas:** define en qué redes sociales estarás y qué contenido publicarás.

¿Cómo vas a monitorear las actividades y qué indicadores te dirán si vas por el camino correcto?

publicar | guru

Compartir este eBook

En Publicar te brindamos la asesoría y el acompañamiento que tu negocio necesita para tener Presencia Digital:

- Desarrollo de Páginas web con altos estándares de diseño, calidad y seguridad.
- Posicionamiento en buscadores para que te encuentren los usuarios de tu interés.
- Dominio propio, hosting, estadísticas, visualización en móviles y presencia en paginasamarillas.com
- Amplio portafolio de Soluciones Web que se adapta a diferentes tipos de negocio.

Contáctanos

publicar | guru