

DIGITALIZA TU COMERCIO

Taller práctico de E-Commerce



31 millones de usuarios de Internet en España



86% de los usuarios utilizan las redes sociales



60% de las Pymes no tienen RRSS



Solo el 25% de las Pymes venden online



FACEBOOK

1 de cada 13 personas en el planeta tiene perfil en esta red social



TWITTER

La red de microblogging de los 280 caracteres



INSTAGRAM

La vida diaria a través de un filtro de fotografía

El marketing digital también es para los pequeños negocios

Los comercios no tienen que tener miedo a crear una estrategia de marketing

Estamos acostumbrados a escuchar casos de marketing de éxito de grandes empresas con presupuestos muy elevados.

Pero el pequeño comercio tiene mucho que decir en esto del marketing digital. Hoy en día con un presupuesto reducido, pero con una buena estrategia de marketing y redes sociales, se pueden hacer grandes cosas.

Con internet y las redes sociales tus productos o servicios pueden llegar a cualquier parte. El marketing online es una inversión que nos ayudará a dar a conocer la marca, crear comunidad y así aumentar nuestras ventas.



FUTBOLEMOTION

Cuando segmentarse es la oportunidad
www.futbolemotion.com

LA TIENDA DE VALENTINA

La mejor moda desde Elche en un solo click
www.latiendaodevalentina.com

LA FRIKILERÍA

Los mejores directos de Instagram
@lafrikileria

MR WONDERFUL.

Gadgets con mensajes de optimismo y buen rollo para aumentar las ventas
@mrwonderful

“Si no te equivocas a cada paso que das, significa que no estás haciendo nada innovador” Woody Allen

RECOMENDACIONES EN MARKETING DIGITAL

- Incluye la dirección web en toda la documentación corporativa
 - Adáptalo todo a *mobile*
 - Aumenta la inversión publicitaria en buscadores, pero sobre todo en RRSS
 - Apuesta por el marketing de contenidos
 - No olvides el email marketing
 - Acude a actividades de tu sector (networking)
 - Todo lo que haces comunica... y lo que no haces también



¿En qué Redes Sociales debo estar?

Seis claves para elegir bien

Antes de escoger en qué Redes Sociales quieras que tenga presencia tu negocio, debes tener en cuenta una serie de aspectos:



- #1. Debes conocer los diferentes tipos de Redes Sociales que existen (generalistas y profesionales)
- #2. Haz un perfil de tus clientes
- #3. Piensa en el contenido que vas a publicar
- #4. Busca tu público objetivo
- #5. Averigua lo que hace tu competencia
- #6. Ponte en la piel de tus compradores

RECOMENDACIONES EN MARKETING DIGITAL

- Quién es nuestro cliente
- Dónde está, qué hace, cuándo y cómo lo hace
- Qué objetivos tenemos (fidelizar, conseguir leads, crear marca...)
- Qué acciones vamos a implementar, en qué canales y cuándo
- Qué impacto esperamos de nuestras acciones y como lo medimos
- Qué presupuesto tenemos y como medimos el ROI
- Cómo vamos a optimizar nuestra estrategia: qué hemos aprendido y qué podemos mejorar



SANDRA MATEO MONTERO

Psicología y Formación

 @SandraMateoFORM

 Sandra Mateo Montero

 www.sandramateopsicologa.com



633 864 852



sandramateopsicologa@gmail.com



Algunas herramientas muy útiles para marketing online

Canva. Herramienta de diseño gráfico con plantillas prediseñadas. Proporciona acceso a más de un millón de fotografías, gráficos y fuentes.

Hootsuite. Plataforma web y móvil que centraliza la gestión de tus redes sociales.

Sumall. Plataforma que combina redes sociales, tráfico web, métricas de ventas y otros datos.

Google Search Console. Herramienta que proporciona mucha información acerca del estado de tu web a nivel técnico y a nivel de posicionamiento en buscadores.

Leadpages. Herramienta para crear páginas de aterrizaje de una manera sencilla y visualmente muy atractiva y que además permite integración con WordPress.

SimilarWeb. Permite analizar lo que hace tu competencia en Internet.

Audiense. Potente herramienta que permite analizar de forma íntegra a tus seguidores en redes sociales para conocer sus horas de mayor actividad.

Google Ads. Herramienta publicitaria por excelencia si quieras aparecer en los resultados de búsqueda de Google.

Brandwatch. Plataforma de escucha e Inteligencia Social. Nos ayuda en el proceso de recogida de los datos más relevantes y descubrir los *insights* claves para la empresa.

QuillEngage. Herramienta que convierte en texto los resultados de tus informes en Google Analytics.

Metricspot. Herramienta para analizar el estado de tu web y compararla con los de tus competidores.

Sistrix. Analiza los datos del posicionamiento en buscadores tanto en SEO como en SEM.

Mailchimp. Herramienta de email marketing.

InfusionSoft. Es un software de ventas y marketing automatizado.

SEMRush. Herramienta para conocer todo lo que sucede en el posicionamiento en buscadores de tu negocio, el de tu competencia y cómo el contenido afecta los resultados.

UberSuggest. Herramienta para conocer las palabras clave sobre las que trabajar tu posicionamiento en buscadores.

Outbrain. Plataforma de publicidad basada en contenidos nativos que te ayudará a incrementar la visibilidad de tu negocio.

Hubspot. Herramienta de *inbound* marketing que te permitirá integrar todo el proceso de captación y gestión de *leads* en tu empresa.



AJUNTAMENT DE
GUARDAMAR
DEL SEGURA

GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Economia
Sostenible, Sectores Productivos,
Comercio y Trabajo

afic
Acreditada por la Generalitat
Agencia para el Fomento de la Innovación Comercial

T
Compromiso
de Calidad Turística
Compromís
de Qualitat Turística

