¿Qué es el Marketing Digital?

El **marketing digital** es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo offline son imitadas y traducidas a un nuevo mundo: el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas.

¿Para qué sirve el Marketing Digital?

El **marketing digital** sirve para acercar productos o servicios a posibles clientes en los medios digitales. Algunas ventajas del marketing digital (en contraposición al marketing tradicional) son: resultados medibles, alcance global, inmediatez y precisión en el target.

¿Qué es KPI?

Los **KPI's** son las siglas en inglés de la frase "Key Performance Indicator" o "Indicadores Clave de Desempeño", utilizados para monitorear y medir la eficacia de las acciones que realizamos en nuestra estrategia online. Su función principal consiste en permitir un seguimiento inteligente y analítico de las metas asociadas a los objetivos definidos por la marca.

¿Cuáles son los principales indicadores en el Marketing Digital o KPI's?

Los **principales indicadores de marketing digital** son: ROI (retorno de la inversión), CPA (costo por adquisición), CTR (tasa de clics), Alcance (orgánico y pago), tiempo de permanencia, tasa de rebote, seguidores/suscriptores y engagement. Los indicadores no son iguales para todos los verticales de negocios. Para ilustrar esto, veríamos que una organización sin fines de lucro mediría tiempo de lectura, cantidad de páginas por sesión y suscripciones, mientras que un e-commerce centraría sus KPI'S en facturación y ROI entre otros.

¿Qué es el CTR?

El CTR se usa para medir la frecuencia en que los usuarios hacen clic en un anuncio o en un resultado de búsqueda cuando se les muestra en su dispositivo. Es un porcentaje que se obtiene entre la cantidad de clics y la cantidad de impresiones. Por ejemplo, si un anuncio tuvo mil impresiones y cien clics, el CTR será de 10%. El uso más habitual de esta métrica es para medir la eficacia de un anuncio o de las meta-etiquetas (título y descripción) utilizadas en una cierta página web.

¿Qué son las conversiones en el Marketing Digital?

En el marketing digital hablamos de **conversiones cuando el usuario realiza una acción determinada** que fue consensuada como un aporte de valor a los objetivos definidos por la marca. Las acciones a medir pueden ser varias: desde llenar un formulario de contacto, suscribirse a un newsletter o comprar un producto. Cada vez que un usuario realiza una de las acciones predeterminadas anteriormente, se contabiliza entonces como una conversión.

¿Qué tipos de conversiones existen en el Marketing Digital?

En el Marketing Digital existen al menos dos tipos de conversiones:
Conversiones Micro: Este tipo de conversiones están asociadas a acciones que realiza un usuario que tienen un interés secundario para nuestros objetivos principales, por ejemplo, permanecer en cierta página durante "x" tiempo, hacer clic en un botón, etc.
Conversiones Macro: Las conversiones macro son aquellas que están asociadas a nuestros objetivos principales, por ejemplo, venta realizada, suscripción a newsletter, envío de formulario de contacto, etc.
¿Es lo mismo Marketing Digital que Online?

"Marketing Digital" y "**Marketing Online**" suelen utilizarse indistintamente, pero no significan lo mismo. Mientras que el Marketing Digital abarca todos los medios digitales que existen, el Marketing Online se basa sólo en el uso de Internet. Es decir, el Marketing Digital abarca el Marketing Online, pero en rigor de verdad, lo excede. De cualquier manera, hay ciertos países en los cuales existe una íntima relación entre el marketing digital y online, no diferenciándose entre ambas actividades. Un ejemplo de ello sería España donde se usan indistintamente ambas palabras: marketing online y marketing digital.

¿Qué es un plan de Marketing?

Un **plan de marketing** es un documento generado en conjunto entre los distintos actores con intereses en objetivos comerciales y de posicionamiento, en donde intervienen para cumplir los objetivos comerciales de la marca: su equipo de marketing y su equipo comercial. Dentro de dicho plan se tendrán en cuenta: estudios de mercado realizados por la empresa, objetivos de marketing a lograr, estrategias a implementar y la planificación a seguir. También deberían participar en esta planificación: el área de producción, finanzas y logística para asegurarse la correcta producción y distribución de nuestros supuestos de ventas.

¿Qué es una estrategia de Marketing Digital?

La **estrategia de marketing digital** es un proceso reiterativo, posterior al plan de marketing, donde se define la implementación del mismo. Una buena estrategia de marketing será el conjunto virtuoso de diseño, creatividad, rentabilidad, ingenio y análisis donde debemos mantener siempre claro el objetivo de conseguir un óptimo **retorno de la**

inversión.
Una estrategia de marketing digital debe incluir todos los espacios relevantes en donde el target interactúe, buscando influenciar opiniones y opinadores, mejorar los resultados de los motores de búsqueda, y analizando la información que estos medios provean, se deberá optimizar el rendimiento de las acciones tomadas con el objetivo de obtener un circuito realimentado con feedback positivo.

¿Qué herramientas se utilizan para el Marketing Digital?

En el marketing digital se utilizan una enorme variedad de herramientas con el fin de optimizar las tareas en las distintas áreas involucradas en nuestra actividad. Enumeramos algunas de ellas divididas por área:
Analítica Web: Google Analytics, Search Console, Majestic, Google Tag Manager, etc.
Paid Media: Google Ads, MCC, Bing Ads, Facebook Ads, Twitter Ads, etc.
SEO: Moz, OnCrawl, Screaming Frog, Yoast, Ahrefs, Semrush, etc.
Social Media: Hootsuite, Later, Buffer, Bitly, All Hashtag, Storrito, etc
Email Marketing: ClicExperts, MailChimp, etc.
Diseño: Photoshop, GIPHY, GIMP, Canvas, Unsplash, etc.
IT: Wordpress, WpBakery Page Builder, Notepad++, FileZilla.
Reporting: Google Data Studio, Google Spreadsheets, Power Point, etc.
CRM: Zoho, Salesforce, HubSpot, etc.
Herramientas colaborativas: Asana, Trello, Jira, etc.

¿Cual es la diferencia entre palabras claves y queries?

Una **search query** es la acción de un usuario al realizar una búsqueda en Internet (Google, Bing, Duckduckgo, etc) que consiste en una palabra, o en una concatenación de palabras, que arrojará un resultado en los distintos buscadores. En este momento (en el año 2020) las búsquedas se limitan a las de palabras, imágenes y búsquedas por voz.
Las **palabras clave** se asocian a resultados estadísticos donde se muestran entre otras cosas, el volúmen de intención de búsqueda de términos, o palabras, para cada ubicación e idioma. Podremos obtener para dichas palabras clave por ejemplo, el costo por clic, tendencias y temporalidad de búsquedas.

¿Qué hace un Community Manager?

El rol de un **Community Manager** es actuar como puente entre una marca y la comunidad que pretende crear (es decir, una audiencia leal o un grupo de consumidores centrales conectados por un interés similar). Un Community Manager debe ser el **embajador de la marca**, interactuar con clientes potenciales y construir relaciones con los existentes. El Community Manager interviene en la conversación online del producto o servicio, intentando canalizar dicha conversación en espacios supervisados y moderados por la marca (redes sociales, blogs, etc).

¿Cual es la diferencia entre marketing digital y marketing tradicional?

El **marketing tradicional** tiene grandes limitaciones en cuanto a la segmentación del universo objetivo. También tiene enormes dificultades para la medición de impacto y retorno de inversión. El marketing digital por el contrario, centra su estrategia en la segmentación geográfica del público objetivo, intereses, edad, género, poder de compra. El marketing digital al día de hoy permite inclusive micro-segmentar al público por eventos, como, por ejemplo: elecciones, cambio de empleo, cumpleaños, casamientos, nacimientos, mudanzas, etc.