¿Que es el marketing?

Unidad 1

Introducción al Marketing Digital



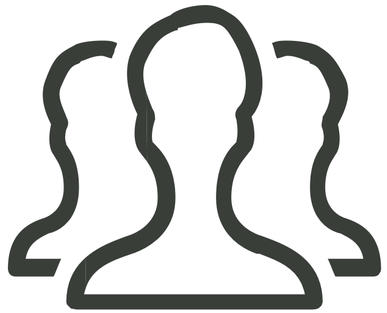
Marketing:
El arte de la negociación

El objetivo del Marketing es identificar deseos y generar valor para crear relaciones con tu público objetivo, audiencia y/o clientes potenciales

Pero después de todo:

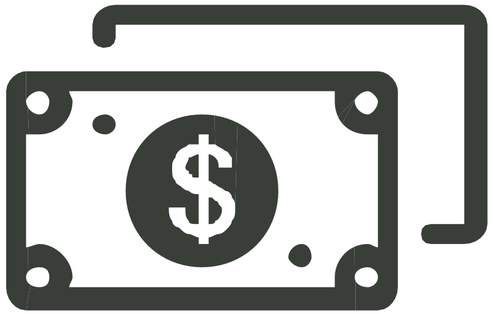
¿ Cuál es la diferencia entre marketing y marketing Digital?

El marketing digital o marketing 4.0 es la actualización del marketing que entiende la realidad del consumidor conectado. La persona tiene la posibilidad de elegir y decidir su compra basado en la información disponible en internet.



mucho más alcance

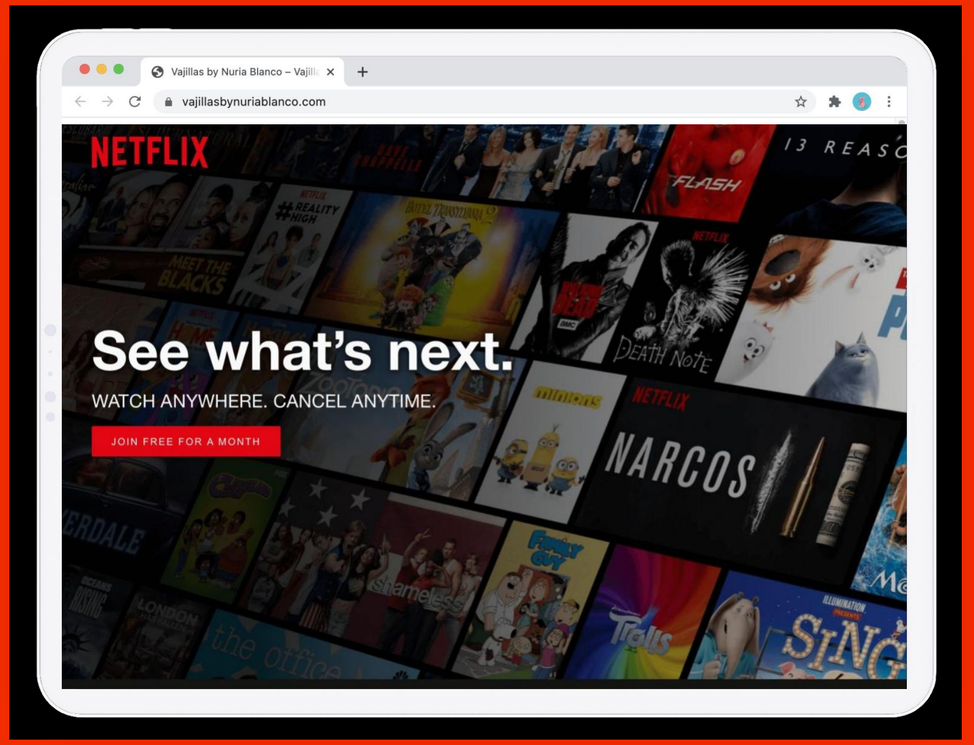
Con esto nos referimos a que tenemos mucho más alcance



Costo controlable.

Y con un costo mucho más verificable y controlable que solo el marketing digital puede ofrecer.

El fenómeno del mercado del streaming



¿Cual será su diferencial competitivo?



El fenómeno del mercado del streaming

Cuando un producto es nuevo es solo cuestión de tiempo para que otros productos entren a competir en el mercado. La pregunta es ¿ qué te hace elegir el uno sobre el otro? Usabilidad, precio y varios factores.

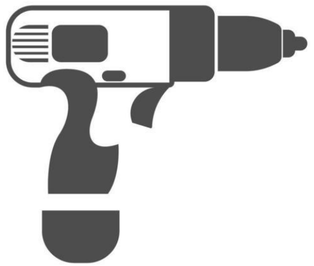


Comenzamos a hablar sobre Estrategias humanizadas

Una de las premisas del Marketing Digital Humanizado es comprender las necesidades reales de las personas -de cada lado- y conectarlas deliberadamente con la solución.



Cual es la necesidad real del cliente?



- ✔ Colgar un retrato
- ✔ Diseñar un estante decorativo
- ✔ Colgar una obra de arte
- ✔ Colocar una base para tv
- ✔ O lo que la imaginación permita.



La Era de las redes sociales

Las redes sociales son un espacio para participar y opinar respecto a nuestros gustos y cualquier tipo de asunto que surja en el momento como noticias.

Nos permiten también crear nuestra propia identidad hacia el público, crear una historia y editar lo que queremos o no compartir.

Edad

Población

Tasa de Natalidad

Género

Raza

Índice de envejecimiento

Esta segmentación de perfiles tiene en cuenta consideración la información sobre el tamaño y estructura del grupo analizado.

Dados dem ográficos

Perfiles psicográficos

Esta segmentación de perfiles tiene en consideración la información sobre los aspectos psicológicos del cliente ideal. Estableciendo o determinando los patrones de comportamiento de nuestro cliente ideal.

- **Valores y creencias**
- **Miedos y ambiciones**
- **Opiniones**
- **Preferencias**
- **Cultura**
- **Etc.**

Embudo de ventas y micro momentos





momento
EU QUERO
SABER

79%
dos usuários online no Brasil dizem que estão procurando mais informações agora, comparado há alguns anos.[2]

69%
dos usuários brasileiros de smartphones pegam o telefone no meio de uma conversa para saber mais informações sobre algo que foi dito.[3]



momento
EU QUERO
IR

82%
dos usuários de smartphones no Brasil utilizam um mecanismo de pesquisa quando procuram uma empresa local, próxima de onde estão.[4]

55%
foi o crescimento nas pesquisas de "próximo a mim" no último ano.[5]



momento
EU QUERO
FAZER

+2Milhões
de horas de conteúdo de "como fazer" foram assistidos no primeiro semestre de 2015 no Brasil. Metade desse conteúdo foi visto em smartphones ou tablets.[6]

94%
dos usuários de smartphones os utilizaram para ter ideias enquanto realizam uma tarefa.[7]



momento
EU QUERO
COMPRAR

80%
dos usuários de smartphones usam seu telefone para influenciar a sua decisão de compra enquanto estão em uma loja.[8]

33%
dos consumidores informam ter feito uma compra online na sua cozinha, outros 28% em seu carro.[9]

La audiencia son aquellas personas que están conectadas a nuestra marca pero no necesariamente son clientes. Necesitamos conocer mediante sus interacciones con nuestra marca en qué fase del embudo se encuentran.

Redes sociales

La primera red social surgió en 1995 en estados unidos y Canadá llamada classmates el objetivo era simple, conectar estudiantes de la facultad.

Facebook

Facebook: la red social con el mayor número de usuarios activos en el mundo 2.18 billones de usuarios activos. Es una red completa e híbrida, con la adquisición de whatsapp conecta con clientes y servicios en las dos plataformas. Compartir pensamientos, momentos, fotos ideas, transmisiones en vivo. Posee grupos de interés para comunidades de debate- promover el compromiso de negocios en línea. Conectar con la audiencia. Debates relevantes para la audiencia.



LinkedIn

La red más querida del universo profesional, ya acumula 700 millones de usuarios activos, genial para desarrollar marca personal-conectando con profesionales en el campo específico. Excelente para emprendimientos y empresas que trabajan modelo B2B, venden y prestan servicios para otras empresas. Muy buena para promover marca personal. Funciona como tarjeta de presentación profesional.

Ir directamente donde está el grupo de interés.
Excelente para empresas que trabajan el modelo B2B



Twitter

La red social con 350 millones de usuarios activos, que crea tendencias y hace de temas de actualidad que sean virales mediante el hashtags, cubre eventos como Oscars, conciertos, principales premios mundiales. Herramienta de gamificación, ósea de participación directa con la persona. Y decidir sobre actividades que están aconteciendo. Tendencias, nos muestran básicamente lo que está de Moda o está sucediendo de manera viral actualmente.



Tik tok

La red social con 680 millones de usuarios activos, y que es la que más crece actualmente. Se caracteriza por proponer contenido para jóvenes. Se convirtió en fiebre mundial en el 2020, Propone el formato de videos cortos, contiene gran variedad de filtros, pistas y es perfecta para quién busca crear contenido viral, audiovisual. Propone la democratización del alcance, ósea, que permite llegar a nuevas audiencias y atraer nuevo público por esa razón es importante saber comunicarse mediante el fenómeno de los videos cortos. Comunicación corta, directa y eficaz.



youtube

El gigante de las redes de videos, tiene 2 billones de usuarios, es el segundo buscador más usado en el mundo. Superando apenas Google search que también es de Google. Canal de cualquier tema, los videos tienen la posibilidad de ser más largos y explicativos. Permite también hacer streamming en vivo, hacer videos cortos como las historias de Instagram y crear listas de reproducción personalizadas. Funciona similar a un esquema de tv



Instagram

Una de las redes sociales más relevantes y prometedoras de la actualidad, tiene 1.22 billones de usuarios activos, su propósito es transmitir videos, compartir fotos, favorece muchísimo para la creación de compromiso con el cliente. Ya que tiene la posibilidad de brindar muchas herramientas de interacción.




Facebook Personal
Administrador Business comercial Manager
Cuentas Publicitarias de terceros
Administrador de anuncios

https://es-la.facebook.com/business/tools/ads-manager

Cuenta publicitaria

- Siempre debe tener una fanpage principal.

- Algunos Business Manager solo permiten 3 o 5 cuentas pub.



Qué entregas, Cómo lo entregas, Por qué lo entregas

¿ Cuál es nuestra misión en el mundo? slogan

1.Quién soy, qué problema resuelvo, cual es mi historia

2. Quién es mi público, por qué comparto elementos en común con él.

3. Storytelling o narración de nuestra historia.

4. Creación: conceptual visual, diseño.

5. Alienación 360: establecer los puntos dónde se quiere llegar y analizar, comparar con los resultados finales.

Pilares del proyecto

Masa:

- **Quién soy, qué problema resuelvo, cual es mi historia, propósito del proyecto**

Relleno:

personalidad de marca, qué tono de voz tiene mi proyecto.

Cobertura

nicho, subnicho, segmento sobre el cuál se actuará.

Receta de marketing digital

Quién soy

Palabras, pilares o valores que contemplen nuestra marca

Tu proyecto en una frase

Características positivas (+)

Quien soy, rasgos de personalidad
Características que reflejen nuestra personalidad
Ejemplo: inspiradora, didáctica, amigable, justo (valores)

Características negativas (-)

Lo que NO queremos ser, ejemplos: enojados, intolerantes, superficial, extremista

Nichos & subnichos

Nos referimos a nuestros segmentos de mercado, nicho: ej mujeres subnicho ej: productos de belleza, ropa de marca, rutinas de ejercicio para belleza.