



¿Cómo ha cambiado el comportamiento del cliente hoy en día?

- **Construye Comunidades: Más que Seguidores, Aliados**
- **De Generalizado a Personalizado**
- **De Estático a Dinámico**
- **Del Monólogo al Diálogo**
- **De la Posesión de Datos a la Protección de la Privacidad**
- **De Productos a Experiencias**

1. ENFÓCATE EN CONSTRUIR COMUNIDADES

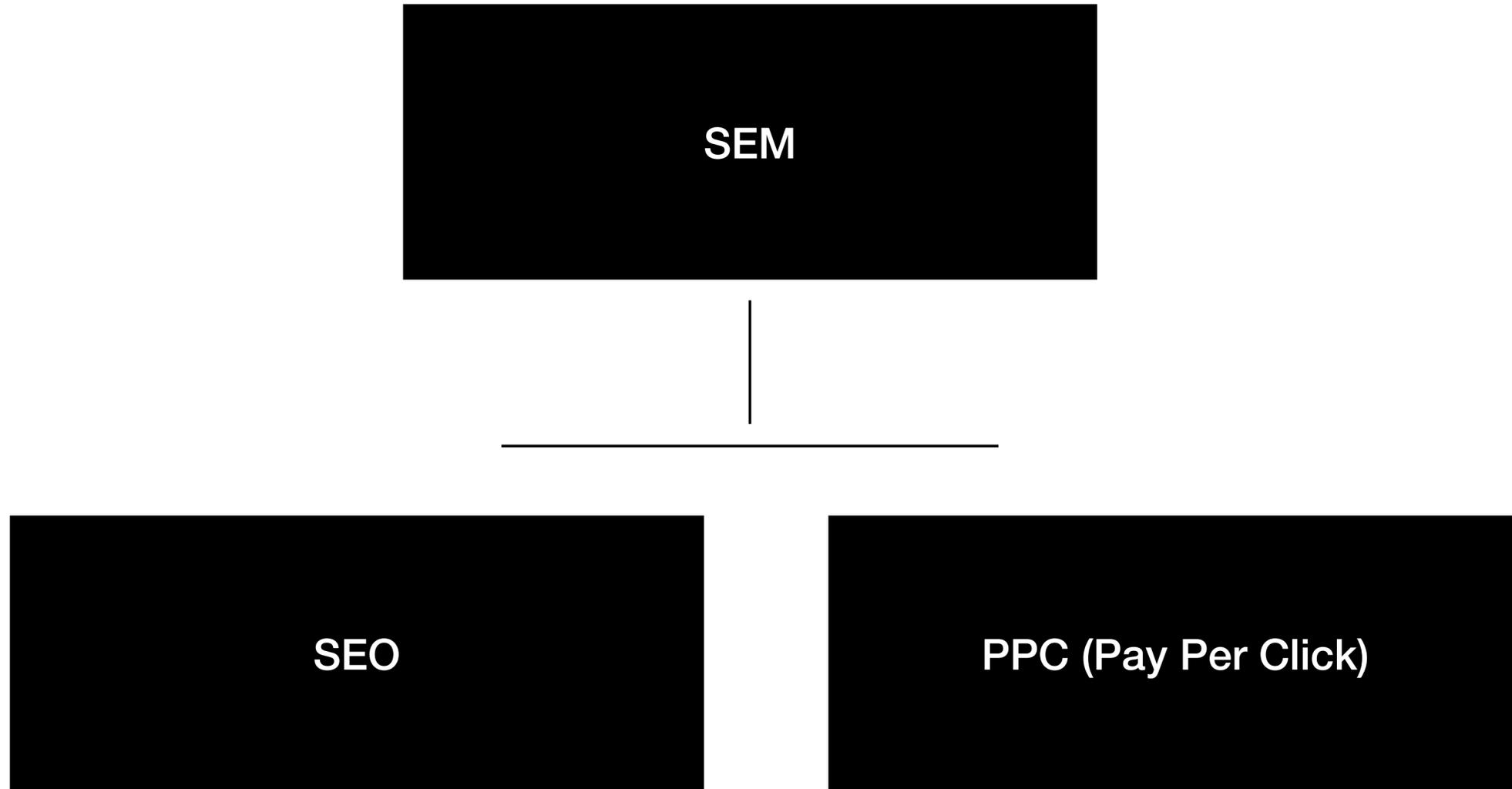
2. VIDEO (TIKTOK ES LA NUEVA TV)

**3. CREA CONTENIDO QUE
AYUDA A LA GENTE A
RESOLVER PROBLEMAS REALES**

4. MEDICIÓN

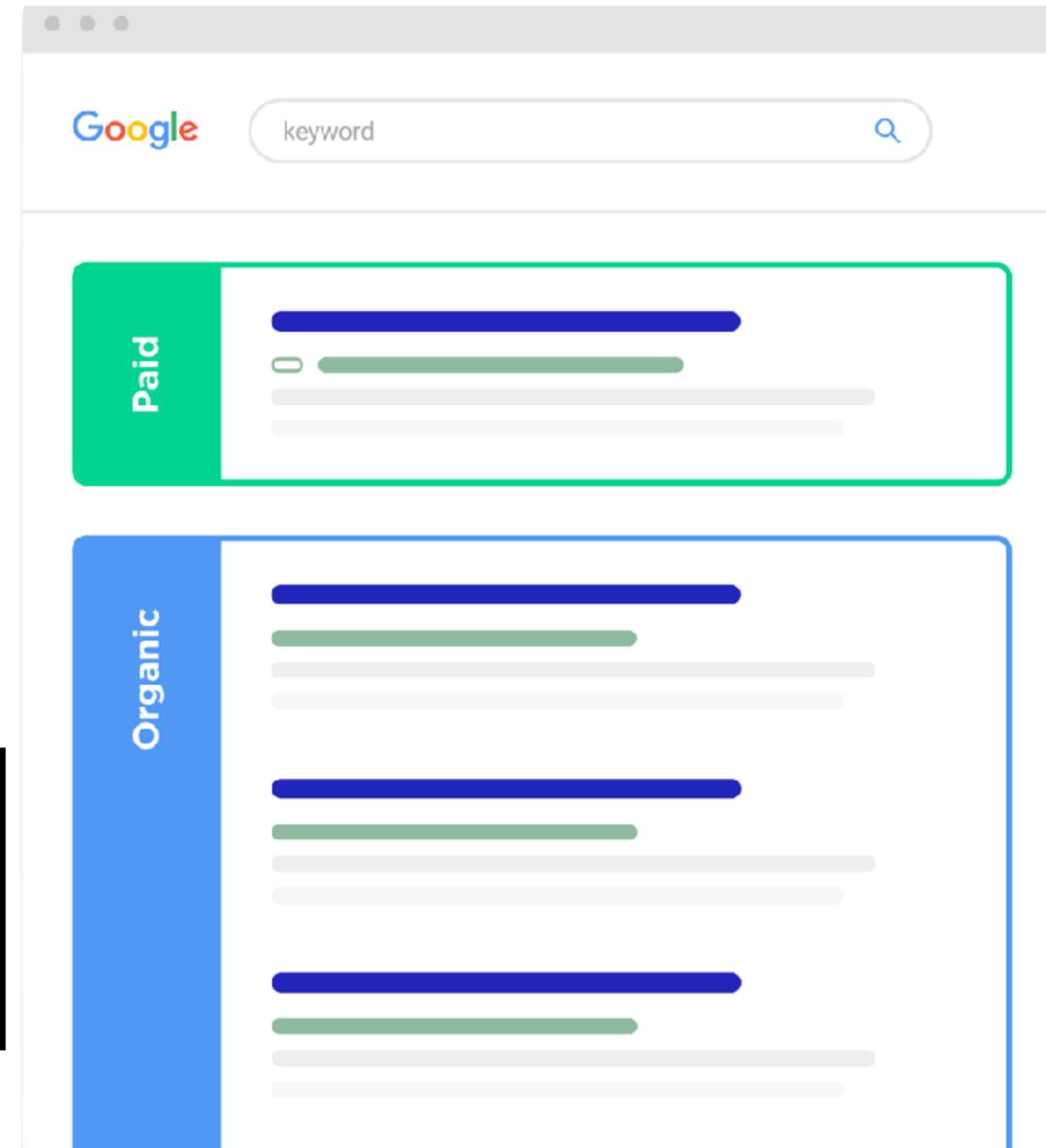
SEM - Marketing en los Motores de Búsqueda

ENTENDIENDO SEO Y SEM



SEO: Tráfico Orgánico Sin Costo Por Clic

PPC: Publicidad donde pagas por click



INTRODUCCIÓN AL SEM Y SUS COMPONENTES

- **SEM, Un Panorama General:** Conjunto de herramientas y técnicas para promocionar tu sitio web y aumentar su visibilidad en los motores de búsqueda mediante publicidad pagada.
- **Componentes Clave: PPC & Pago por Impresión:** PPC implica pagar solo cuando los usuarios hacen clic en tu anuncio, mientras que el pago por impresión se basa en la visibilidad del anuncio
- **El Rol de las Palabras Clave en SEM:** Las palabras clave actúan como puentes entre los anuncios del usuario y la intención del usuario, siendo fundamentales para el éxito del SEM

CONFIGURACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SEM

- **Plataformas Populares (Google Ads, Bing Ads):** Plataformas como Google Ads y Bing Ads son el escenario para lanzar y administrar campañas de SEM eficaces
- **Estrategias de Oferta y Estructura de Anuncios:** La estrategia de oferta adecuada y una estructura de anuncio clara son esenciales para maximizar el rendimiento de tus campañas de SEM
- **Segmentación y Posicionamiento de Anuncios:** Una segmentación precisa y un posicionamiento estratégico de los anuncios pueden mejorar significativamente la relevancia y el impacto de tus campañas

OPTIMIZACIÓN Y ANÁLISIS DE SEM

- **Monitoreo y Ajuste de Campañas:** Evaluar regularmente el rendimiento de la campaña es crucial para ajustar y mejorar continuamente las estrategias de SEM
- **Métricas Clave: CTR, CPC, ROI:** Las métricas como CTR, CPC y ROI son indicadores del éxito de tus campañas y te ayudan a tomar decisiones informadas
- **Uso de Herramientas Analíticas:** Las herramientas analíticas ofrecen insights que pueden transformar datos en decisiones de marketing estratégicas

TENDENCIAS Y MEJORES PRÁCTICAS EN SEM

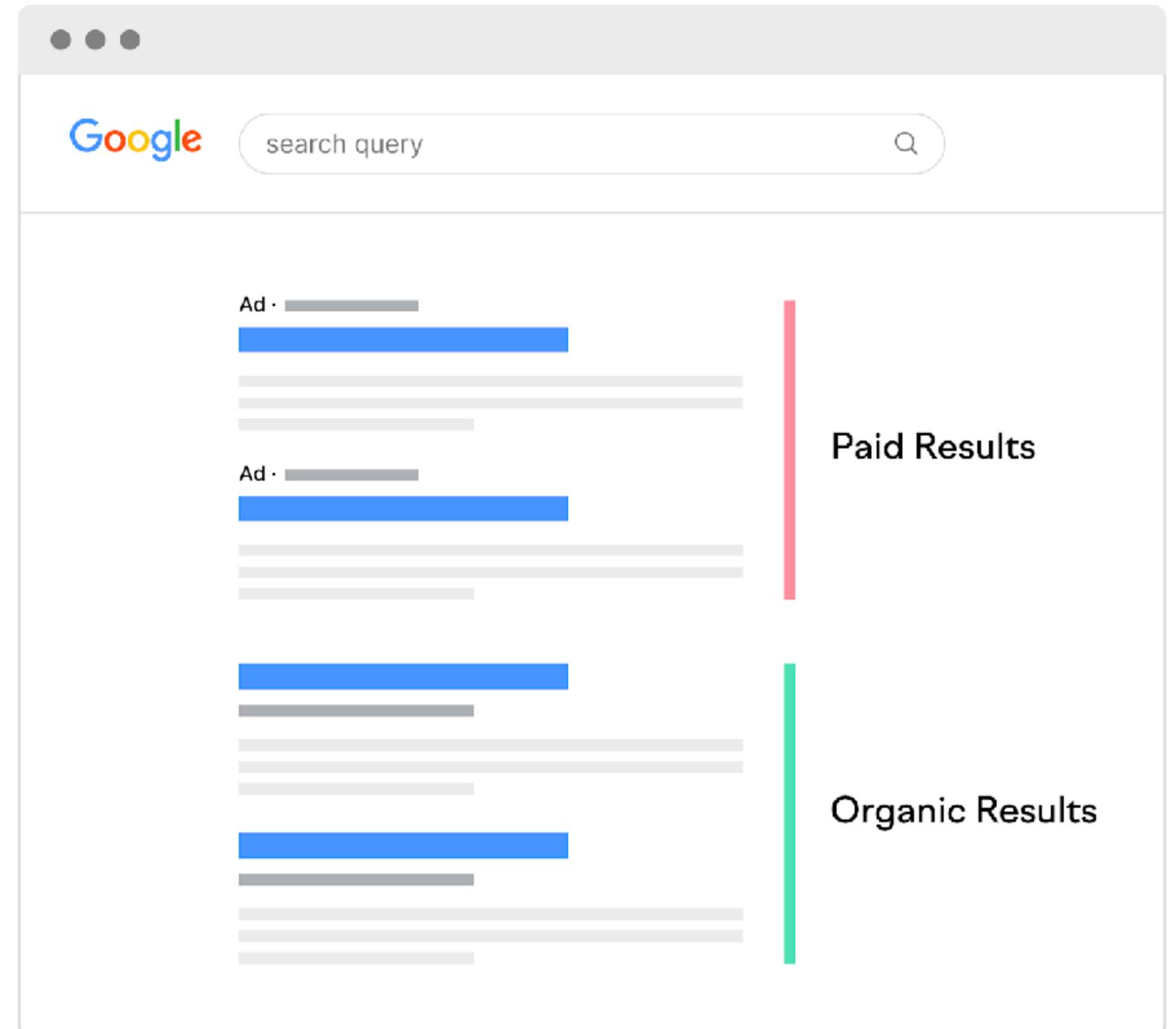
- **Integración de SEM con Estrategias de SEO:** Integrar SEM con SEO puede proporcionar una estrategia de marketing de búsqueda comprensiva y coherente
- **Publicidad en Redes Sociales y SEM:** La publicidad en redes sociales complementa el SEM al extender el alcance de tus anuncios a plataformas sociales
- **Mejores Prácticas y Consideraciones Éticas:** Adherirse a las mejores prácticas y ética en SEM asegura sostenibilidad y respeto por los usuarios

SEO

INTRODUCCIÓN AL SEO Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

- **SEO (Search Engine Optimization):**
Clave para la visibilidad en línea:
Maximiza la visibilidad de tu sitio web mejorando tu ranking en los resultados de búsqueda
- **Funcionamiento de los motores de búsqueda: Crawling, Indexación y Presentación de resultados:** Los motores utilizan bots para descubrir y entender páginas web, almacenándolas en un índice antes de mostrarlas según su relevancia y calidad

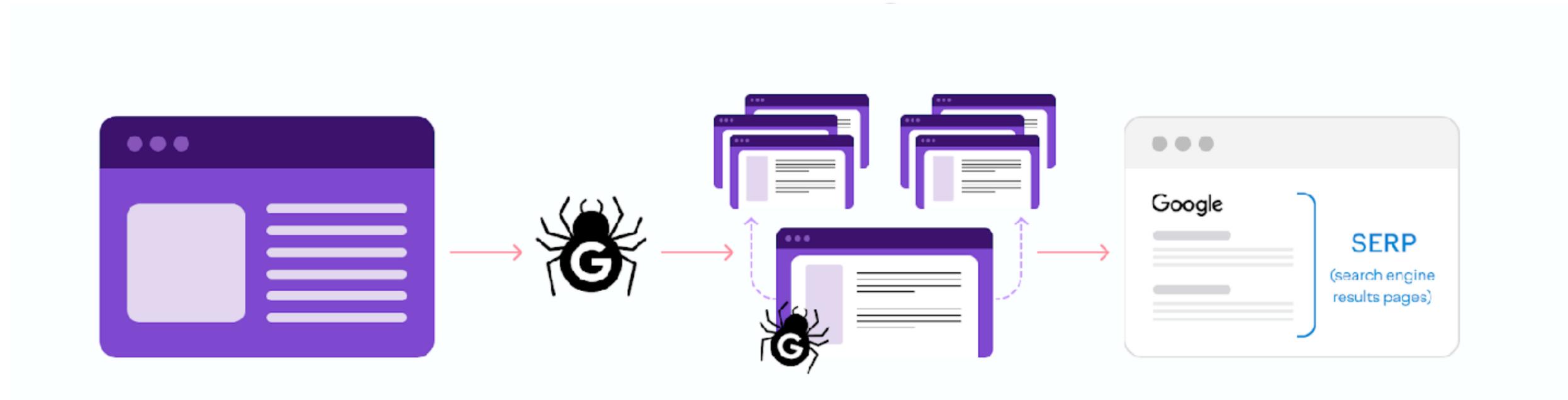
Paid vs Organic Results



LA IMPORTANCIA DE LA RELEVANCIA Y LA INTENCIÓN DE BÚSQUEDA

- **Asegurando la relevancia: El corazón del SEO:** Centra tus esfuerzos en satisfacer las necesidades de información específicas de tu audiencia
- **Tipos de intención de búsqueda: Navegacional, Informativa, Comercial, Transaccional:** Identifica y optimiza tu contenido según el propósito detrás de cada búsqueda para atraer tráfico cualificado

¿CÓMO FUNCIONA EL SEO?



Publicas el contenido en tu sitio

Los bots de Google o "arañas" rastrean tu sitio y revisan las páginas

Google indexa tu página

Si tu página cumple con los criterios de clasificación, Google la mostrará en sus resultados de búsqueda

CREACIÓN DE CONTENIDO DE CALIDAD Y SEO TÉCNICO

- **Creación de contenido relevante y de alta calidad:** El contenido que responde directamente a las necesidades de tu audiencia aumentará tu visibilidad en línea
- **SEO técnico: Asegurando la rastreabilidad e indexabilidad:** Optimiza la arquitectura de tu sitio para facilitar a los motores de búsqueda el rastreo e indexación de tus páginas

CONSTRUYENDO AUTORIDAD Y ADQUIRIENDO ENLACES DE CALIDAD

- **Construcción de autoridad a través de Backlinks de calidad:** Los enlaces de sitios confiables aumentan la autoridad de tu sitio y mejoran tu clasificación,
- **Estrategias efectivas para adquirir backlinks:** Implementa tácticas legítimas como contenido de calidad, blogueo invitado y reparación de enlaces rotos para obtener enlaces entrantes

PAID / Google Ads

INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

- **Comprendiendo Google Ads:** Google Ads, anteriormente conocido como Google AdWords, es el pilar de la publicidad en línea, que ofrece una variedad de formatos de anuncios tanto en los resultados de búsqueda de Google como en su amplia red de sitios asociados.
- **Funcionamiento de Google Ads:** Un sistema basado en subastas donde los anunciantes pujan por clics o impresiones, con la colocación de anuncios determinada por factores como la cantidad de la oferta, el volumen de búsqueda y la Puntuación de Calidad.
- **Opciones Estratégicas de Oferta:** Los anunciantes pueden elegir entre estrategias de oferta como costo por clic (CPC), costo por mil impresiones (CPM), o costo por compromiso (CPE) para cumplir eficazmente con los objetivos de sus campañas.

COMPONENTES PRINCIPALES

- Campañas y Anuncios
- Palabras Clave
- Ofertas y Presupuestos
- Calidad y Posicionamiento del Anuncio
- Segmentación
- Redes de Google Ads



Crear



Campañas



Objetivos



Herramie...



Facturaci...



Administr...

Resumen

Recomendaciones

Informes y estadísticas

Campañas

Recursos

Públicos, palabras clave y contenido

Historial de cambios

Vista (2 filtros)

Todas las campañas

Campaña (1)

Seleccionar una campaña

Filtros

Estado de la campaña: Habilitadas y detenidas

Estado del grupo de anuncios: Habilitados y detenidos

Agregar filtro



Guardar

Resumen

Últimos 7 días

18 - 24 de feb de 2024



Mostrar los últimos 30 días

+ Campaña nueva



Descargar



Comentarios

| Clics | Impresiones | CPC prom. | Costo | Métricas |
|-------|-------------|-----------|--------|----------|
| 0 | 0 | \$0.00 | \$0.00 | |

Mida las conversiones

1 Seleccione la acción para la que desea hacer un seguimiento

Una acción de conversión es algo valioso para su empresa

Tu cuenta no está activa

Sus anuncios no se están publicando debido a que se canceló su cuenta.

Obtener la aplicación para dispositivos móviles de Google Ads



Resumen

Recomendaciones

Informes y estadísticas

Campañas

Campañas

Grupos de anuncios

Anuncios

Experimentos

Grupos de campañas

Recursos

Públicos, palabras clave y contenido

Historial de cambios

Obtener la aplicación para dispositivos móviles de Google Ads

Vista (2 filtros) Todas las campañas

Campaña (1) Seleccionar una campaña

Filtros Estado de la campaña: Habilitadas y detenidas Estado del grupo de anuncios: Habilitados y detenidos Agregar filtro



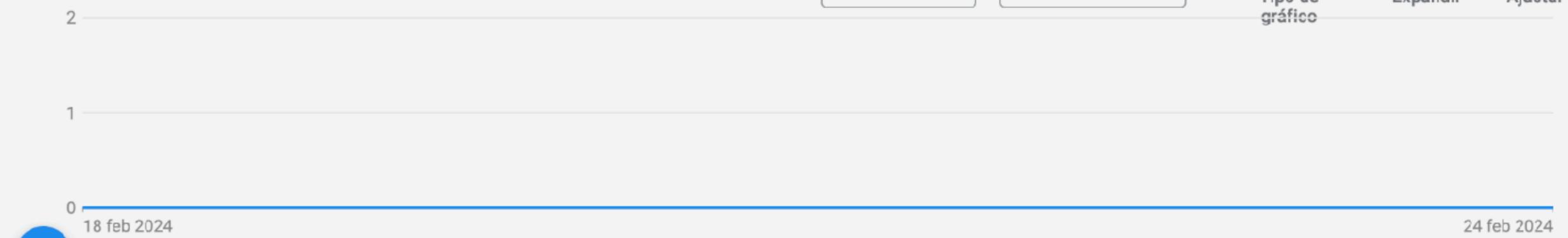
Campañas

Últimos 7 días 18 - 24 de feb de 2024 < > Mostrar los últimos 30 días

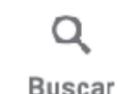
Campañas Borradores Configuración

Clics

Ninguno



Agregar filtro



| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="radio"/> | Campaña | Presupuesto | Estado | Nivel de optimización | Tipo de campaña | Impr. |
|---|----------------------------------|---------------|-------------|----------|-----------------------|-----------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="radio"/> | Campaign #1 | USD0.50/día | Detenido | - | Búsqueda | 0 |
| Total: Todas las campañas, excepto las q... | | | | | - | | 0 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="radio"/> | Total: Cuenta | USD0.00/día | | - | | 0 |

TIPOS DE ANUNCIOS EN GOOGLE ADS

Anuncios de
Búsqueda
Adaptables

Anuncios de
Rendimiento
Max

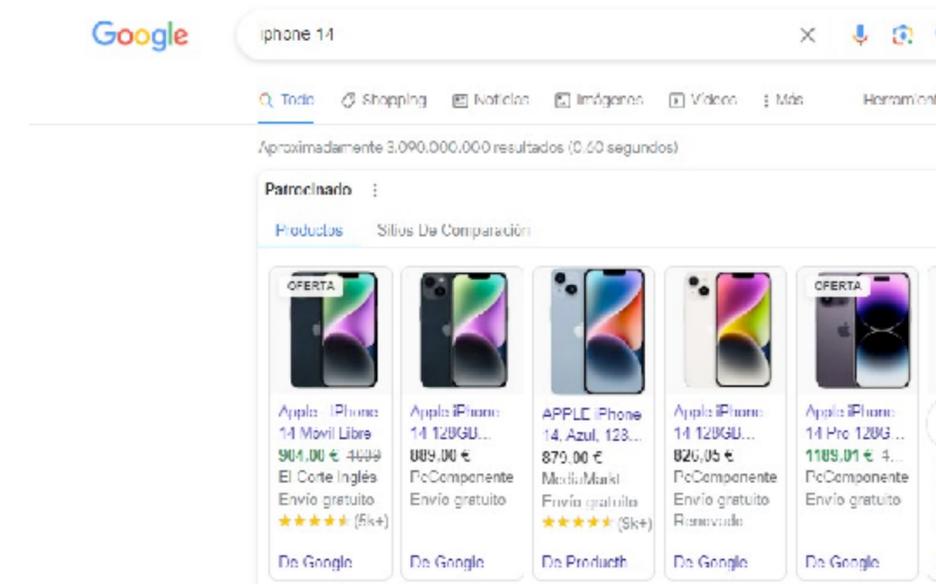
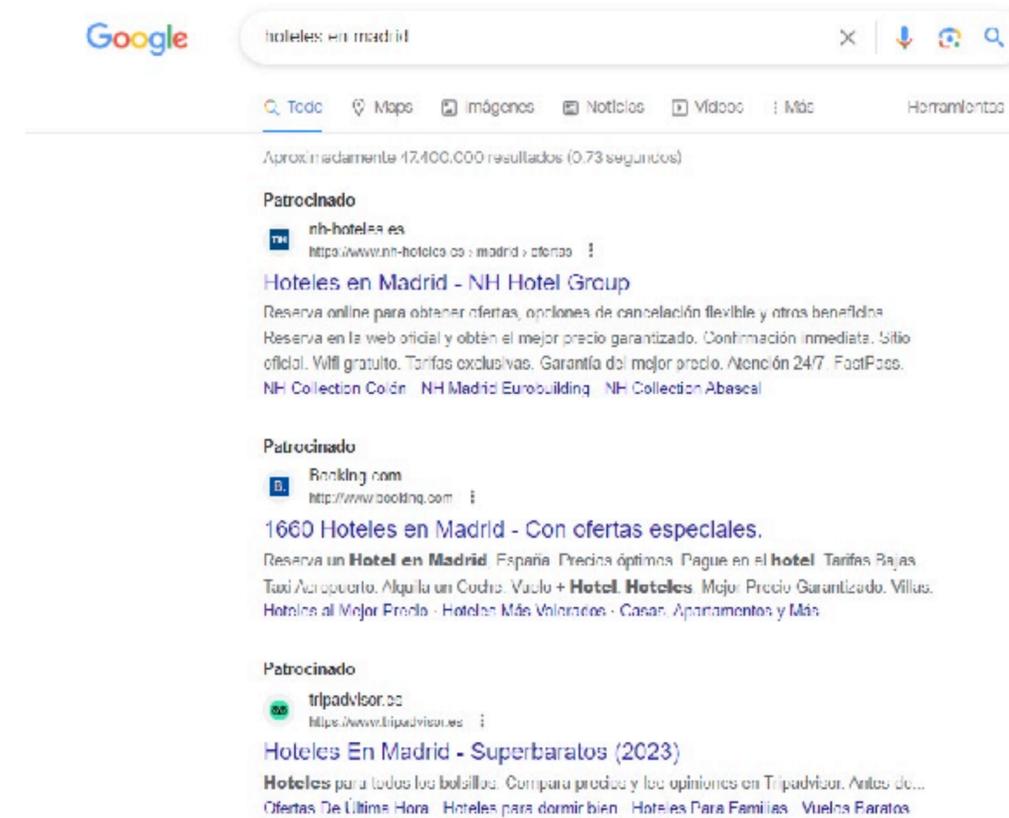
Anuncios de
Descubrimien
to

Anuncios de
Shopping

Campañas
Inteligentes

Anuncios de
Display

Campaña
de
Búsqueda
Standard



Campaña de
Búsqueda de
Shopping

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

• Ventajas de Google Ads

- Alcance Amplio
- Segmentación Específica
- Resultados Rápidos
- Medición y Análisis
- Flexibilidad en el Presupuesto

• Desventajas de Google Ads

- Complejidad
- Competencia y Costo
- Dependencia de la Publicidad Pagada
- Necesidad de Monitoreo Constante
- Clics No Deseados

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

• Ventajas de Google Ads

- Alcance Amplio
- Segmentación Específica
- Resultados Rápidos
- Medición y Análisis
- Flexibilidad en el Presupuesto

• Desventajas de Google Ads

- Complejidad
- Competencia y Costo
- Dependencia de la Publicidad Pagada
- Necesidad de Monitoreo Constante
- Clics No Deseados

EMAIL MARKETING

INTRODUCCIÓN AL EMAIL MARKETING

- **Desbloqueando el Poder del Marketing por Correo Electrónico:**

Promueve productos y servicios, incentivando la lealtad del cliente.

Una herramienta clave para mantener a los clientes informados y comprometidos.

- **¿Por Qué el Marketing por Correo Electrónico?** Directo, económico y versátil, esencial para estrategias de marketing. Un canal único para personalizar la comunicación y fortalecer relaciones con clientes.

BENEFICIOS Y DESAFÍOS

- **Ventajas Reveladas:** Alto compromiso y mensajes dirigidos con resultados medibles. Una estrategia efectiva para construir relaciones duraderas y mejorar la retención de clientes.
- **Navegando los Desafíos:** Superación de spam, competencia y problemas de diseño. Estrategias para destacar en bandejas de entrada saturadas y optimizar la visualización en múltiples dispositivos.
- **Tipos de Marketing por Correo Electrónico:** Diversidad de correos, desde bienvenidas hasta promociones. Personalización para satisfacer distintas necesidades y objetivos de la audiencia.

CREANDO CAMPAÑAS EXITOSAS

- **Construyendo Tu Lista de Correos:** Prácticas éticas para captar y expandir suscriptores. Métodos efectivos para incentivar el registro voluntario y el interés genuino.
- **Contenido y Diseño del Correo:** Creación de mensajes atractivos y adaptativos. Importancia de un diseño responsivo y contenido relevante para capturar la atención.
- **Estrategias de Compromiso:** Segmentación y personalización como claves del éxito. Técnicas para aumentar la apertura de correos y fomentar la interacción.

TIPO DE EMAILS

Correos de
Bienvenida

Correos de
Boletines
Informativos

Correos de
Nutrición de Leads

Correos de
Confirmación

Correos de
Marketing
Estacional

Correos Dedicados

Correos de
Invitación

Correos
Promocionales

Correos de
Encuesta

**PUEDES USAR EMAIL
MARKETING COMO
RECORDATORIO
PARA VOLVER A
ENTRAR EN LA APP**

duolingo

Aprendizaje de idiomas gratis para el mundo.

¡Hace tiempo que no nos vemos!



¿Aún quieres aprender alemán? ¡Toma una lección de solo 5 minutos!

Ponte al día

PROMOCIONA TUS PERFILES SOCIALES EN LOS EMAILS



MEN'S NIMBLE JACKET

Item Price: \$99.99
Color: TNF BLACK
Size: M
Qty: 1.0

Price: \$99.99

TOTAL

Subtotal: \$99.99
Discount: ~~\$-12.00~~
Shipping: \$12.00
GSTHST: \$13.00
PSTQST: \$0.00
Order Total: \$112.99

NEW ARRIVALS
GEAR UNDER \$100
COLLECTIONS
ATHLETES

CANADIAN DEATH RACE
PARK & PIPE OPEN SERIES
WHISTLER HALF MARATHON
DIRTY FEET RACE SERIES

RUNDLE'S REVENGE
CONTACT US
FIND A STORE

OUR BLOG
FACEBOOK
TWITTER
YOUTUBE

GENERA UN SENTIDO DE URGENCIA: SHUTTERSTOCK, QUEDAN 24 HORAS.

¡Quedan 24 horas:
Aprovecha 35 Imágenes de Bigstock gratis! Recibidos ☆

 Shutterstock Hace 3 días para mí ↩ ⋮

BIGSTOCK

Última oportunidad para descargar hasta
35 imágenes gratis

[COMENZAR](#)

Descubre fabulosas imágenes con esta oferta por tiempo limitado.

Aprovecha 35 descargas sin costo con nuestra prueba gratis por 7 días. ¡Solo quedan 24 horas!

[COMENZAR](#)

No pierdas tiempo, esta oferta se terminará pronto.



Llegó la hora. Reserva tu iPhone X.

Haz tu reserva hoy mismo por Internet o cómpralo en un Apple Store a partir del 3 de noviembre.

Reservar

[Más información >](#)



APROVECHA PARA ANUNCIAR EL LANZAMIENTO TU PRODUCTO Y, ADEMÁS, DA LA POSIBILIDAD DE RESERVARLO DE FORMA EXCLUSIVA.

ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO POR ABANDONO DE CARRITO, SIRVE PARA RECORDAR QUE TIENES UN PRODUCTO POR EL QUE MOSTRASTE INTERÉS Y QUE FINALMENTE NO COMPRASTE



META BUSINESS SUIT

META ADS

- **Inicios Básicos:** Meta Ads, originalmente Facebook Ads, comenzó en 2007 con anuncios sencillos y opciones de segmentación limitadas, centrados principalmente en la plataforma de Facebook.
- **Evolución de Segmentación y Formatos:** A lo largo de los años, la plataforma expandió drásticamente sus capacidades de segmentación y formatos de anuncios, incluyendo la integración de Instagram y la introducción de tecnologías avanzadas como IA para la optimización de anuncios.
- **Impacto de la Movilidad y las Redes Sociales:** La adquisición de Instagram y el enfoque en la publicidad móvil transformaron la dinámica de la publicidad en redes sociales, poniendo énfasis en los contenidos visuales y la interactividad.
- **Desafíos de Privacidad:** Cambios significativos en la legislación de privacidad y la preocupación de los usuarios han obligado a Meta a adaptarse, afectando las prácticas de seguimiento y segmentación de anuncios.

CAMPAÑAS Y SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS

- **Variedad de Campañas:** Meta Ads permite crear campañas publicitarias con objetivos que van desde la conciencia de marca y tráfico, hasta la generación de leads y conversiones, ajustándose a diferentes etapas del embudo de marketing.
- **Segmentación Avanzada:** Ofrece opciones de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses, comportamientos y ubicación, así como remarketing y audiencias personalizadas y similares para alcanzar a usuarios específicos.

SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS

 Audience Martin Jha (10156886396418677) ▾

[Create audience ▾](#) Columns ▾

Search by name or audience ID

| <input type="checkbox"/> | Name | Availability |
|-------------------------------------|----------------------|--------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | All audiences | |
| <input type="checkbox"/> | Expiring audiences ⓘ | |
| <input type="checkbox"/> | Test - SmartPulse | ● Ready |

Filter

- Status ▾
- Type ▾
- Availability ▾
- Source ▾

Test - SmartPulse Actions ▾ ×

Summary Usage History

Audience Name
Test - SmartPulse

Estimated audience size
1,900,000 - 2,300,000

Type
Saved audience

Created
-

Last Updated
-

Saved Audience Details

Location:
Ecuador: Cuenca (+10 mi) Azuay Province; Guayaquil (+15 mi) Guayas Province; Manta (+10 mi) Manabí Province; Quito (+10 mi) Pichincha Province

Age:
15 - 50

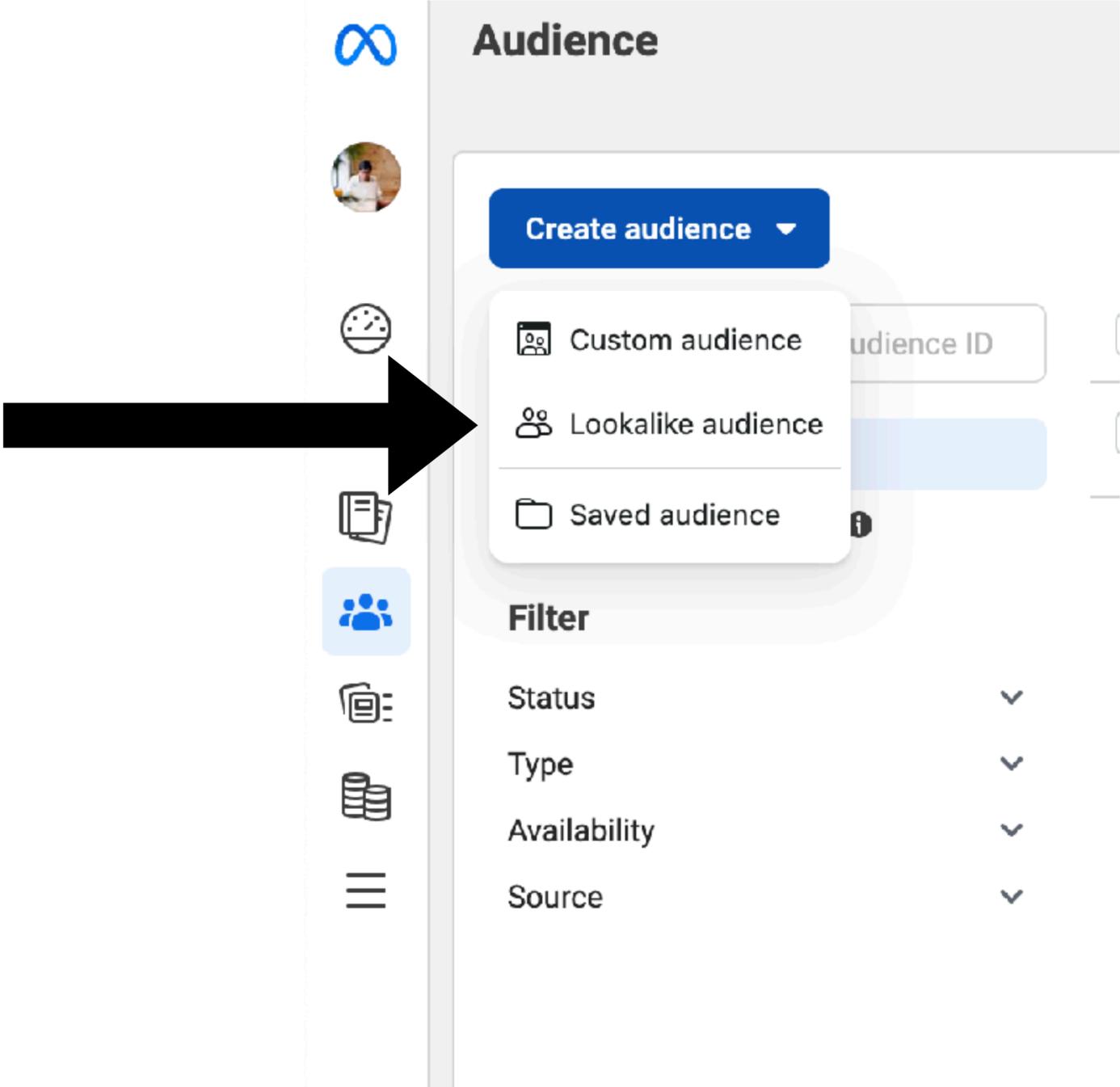
Gender:
Male

Language:
Spanish, English (UK) or English (US)

People who match:
Interests: Discount stores, Online shopping, Gamer or Technology

[Edit](#)

LOOK ALIKES



The screenshot shows the Facebook Audience Manager interface. On the left is a vertical navigation menu with icons for Home, Profile, Insights, Documents, Audience (highlighted in blue), Lists, Ad Accounts, and a hamburger menu. The main content area is titled "Audience" and features a blue "Create audience" button with a dropdown arrow. The dropdown menu is open, showing three options: "Custom audience" with a person icon, "Lookalike audience" with a group of people icon, and "Saved audience" with a folder icon. Below the dropdown is a "Filter" section with four expandable options: "Status", "Type", "Availability", and "Source", each with a downward arrow. A large black arrow points from the "LOOK ALIKES" text to the "Lookalike audience" option in the dropdown menu.

CAMPAÑAS

Campaigns Martin Jha (10156886396418677) Updated just now Discard drafts Review and publish ...

Search and filter This month: Feb 1, 2024 – Feb 22, 2024

Campaigns Ad sets Ads

+ Create Edit A/B test Rules View Setup Reports Export

| <input type="checkbox"/> | Off / On | Campaign | Delivery ↑ | Bid strategy | Budget | Attribution setting | Results | Reach | Impress |
|--------------------------|----------|----------|------------|--------------|--------|---------------------|---------|-------|---------|
|--------------------------|----------|----------|------------|--------------|--------|---------------------|---------|-------|---------|

VENTAJAS

- Gran alcance y base de usuarios diversa.
- Segmentación detallada basada en demografía, intereses y comportamiento.
- Variedad de formatos de anuncio, incluyendo videos, imágenes, carousels y stories.
- Funciones de e-commerce integradas para facilitar las compras directas.
- Herramientas analíticas robustas para seguimiento y optimización de anuncios.
- Modelo de pago por clic (PPC) para una gestión de presupuesto flexible y costo-efectividad.

DESVENTAJAS

- Alta competencia que puede incrementar los costos de anuncios.
- Cambios frecuentes en el algoritmo que afectan el rendimiento de los anuncios.
- Preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la confianza del usuario.
- Baja concentración de atención del usuario debido al bombardeo de información.
- Dependencia de contenido visual de alta calidad que requiere más recursos.
- Riesgo de daño a la reputación por comentarios negativos o controversias en la plataforma.

