

1

Plan de marketing digital



1. [Marketing digital](#)
2. [Plan de marketing digital](#)
3. [Estrategias de marketing](#)
4. [El cliente online](#)
5. [Normativa](#)

1

Plan de marketing digital



ORGANIZO MIS IDEAS

Marketing digital

Plan de *marketing* digital

- Análisis previo
- Contextualización y definición
- Actuaciones
- Resultados: evaluación

Estrategias

- Marketing* relacional
- Marketing* one to one
- Marketing* viral
- Cross marketing*
- Marketing* en buscadores
- Marketing* de afiliación
- Mobile marketing*
- Marketing* de contenidos
- Marketing* en medios sociales

El cliente *online*

- Características del cliente *online*
- Gestión de la relación con los clientes

Normativa

- Ley de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD)
- Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
- Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias
- Spam*

1

Marketing digital

1. Negocio digital

El **marketing digital** consiste en utilizar las técnicas del marketing tradicional en entornos digitales, lo que permite establecer una comunicación personalizada y medir la efectividad de las campañas más rápidamente.

El marketing digital pretende



Estrategias



1

Marketing digital

2. Plan de *marketing* digital





El *marketing* relacional se inserta dentro del *marketing* directo y tiene como objetivo crear una sólida y continua relación con el cliente; consigue fidelizarlo a partir del conocimiento de sus preferencias y necesidades.

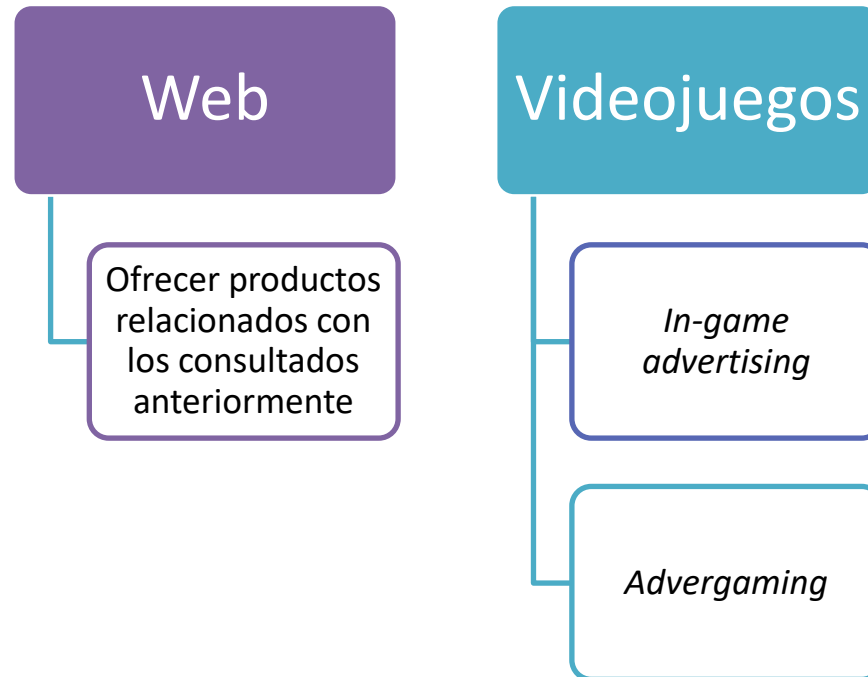
E-mail marketing

Envío masivo de correos electrónicos personalizados para presentar un producto o servicio, ofreciendo descuentos e informando de acciones promocionales

Marketing de proximidad

Utiliza la tecnología y la geolocalización para ponerse en contacto con el público objetivo. Así, de forma inmediata y en un lugar concreto, los potenciales clientes pueden recibir comunicaciones personalizadas con información, promociones...

El objetivo fundamental del *marketing one to one* es tratar a cada cliente como único y, en función de sus necesidades e intereses, personalizar el producto o servicio, las ofertas, promociones, formas de pago, ...



El ***marketing* viral** pretende difundir rápida y masivamente un mensaje a través de las redes sociales.

Establecer una estrategia.

Utilizar todos los medios y canales posibles.

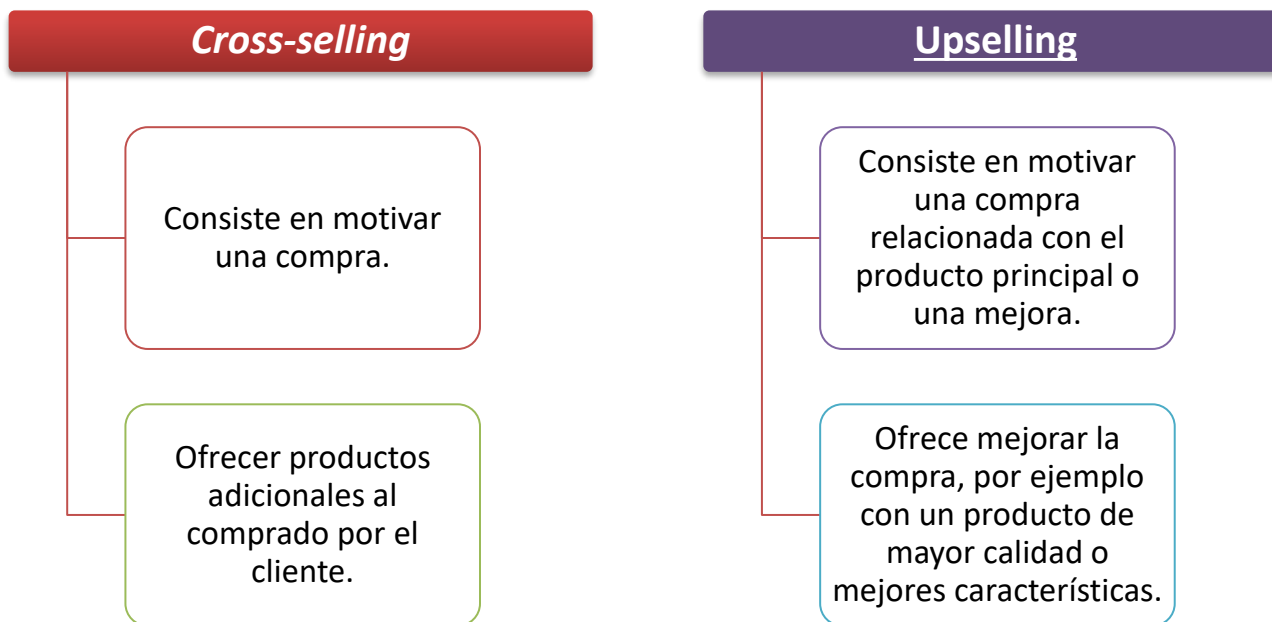
Ser creativo e impactante, pero sin perder la coherencia.

Personalizar el mensaje.

Usar canales que permitan una difusión rápida y sencilla.

Tener un espacio concreto (sitio web) que centralice toda la campaña.

El *cross marketing*, que también recibe la denominación de venta cruzada, es una estrategia utilizada fundamentalmente en comercio electrónico mediante la cual se ofrece a los clientes productos o servicios relacionados con sus intereses.



El *marketing* en buscadores consiste en desarrollar acciones publicitarias en los principales buscadores.

SEO (*Search Engine Optimization*).

Intenta mejorar la posición en los resultados orgánicos de los buscadores.

SEM (*Search Engine Marketing*).

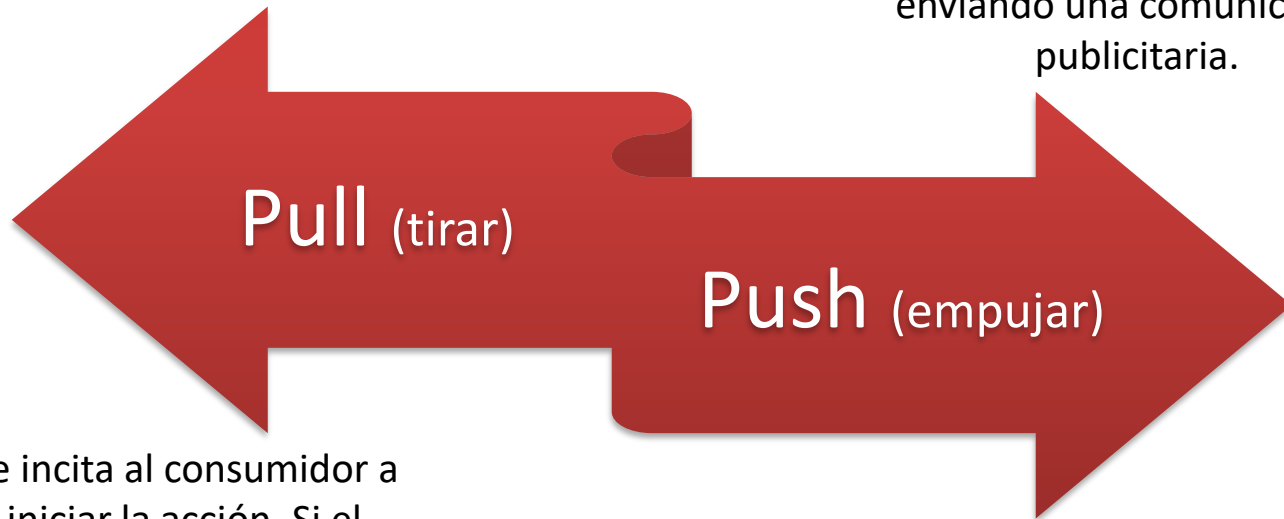
Constituye la parte del marketing que se ocupa de garantizar la presencia en los buscadores.

El **marketing de afiliación** consiste en promocionar productos o servicios a cambio de una comisión.



El *mobile marketing* o *marketing* para móviles tiene como objetivo potenciar la imagen de la empresa y fomentar su fidelización.

Le empresa inicia la acción enviando una comunicación publicitaria.



Se incita al consumidor a iniciar la acción. Si el interesado toma la iniciativa recibirá una respuesta, entablándose la comunicación cliente-marca.

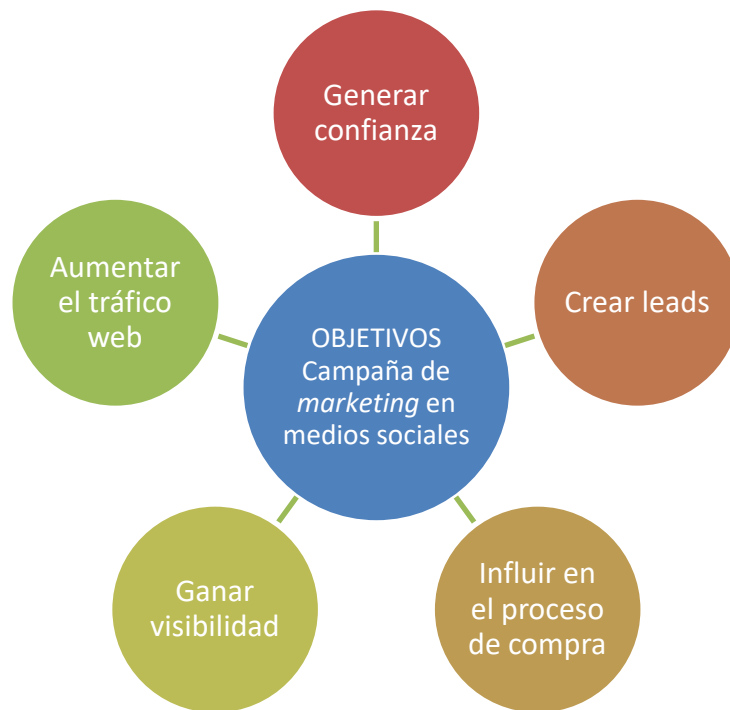
El *marketing* de contenidos se basa en la creación de contenidos relevantes y su publicación y difusión, para crear una percepción positiva de la marca.

Blog corporativo



Pretende establecer una relación cercana con los clientes, usuarios y medios, además de difundir la cultura de la marca.

El **Social Media Marketing (SMM)** o *marketing* en medios sociales utiliza todas las herramientas y estrategias del *marketing* digital para abrir nuevos canales de comunicación en el mundo digital, poniendo al cliente social como centro de su actividad.







Ley de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD)

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)

Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias

Spam