

Curso estrategias de marketing digital para emprendedores impartido por Gilberto Ripio

De la mano de PROFESIONALNET se ha impartido en Madrid y Barcelona el área de Estrategias de Marketing Digital correspondiente al "Master para emprendedores" poniendo el foco en las principales y exclusivas acciones a desarrollar en el ámbito digital para conseguir el éxito que toda persona emprendedora necesita alcanzar el éxito de su actividad sin límite geográfico y de forma certera en Internet

Gilberto Ripio, experto docente en este tipo de materias en combinación con varios profesionales de la Agencia de Marketing Digital ProfesionalNet, ha sido el encargado de impartir este curso eminentemente práctico con un gran número de ejemplos prácticos para desarrollar con efectividad y de forma inmediata.

El resultado no ha podido ser mejor, los alumnos que se aventuran en el mundo empresarial, disponen ahora de innumerables estrategias con las que disponen de importantes ventajas frente a su competencia más directa.

La página web, las redes sociales y las estrategias de posicionamiento web son las mejores herramientas de marketing al servicio de los emprendedores hoy en día.

Marketing digital para PYMES

Si se habla de página web, SEO, Facebook, Instagram, LinkedIn, estrategia de marketing digital, comercio electrónico, social media marketing y generación de leads, ¿de qué se está hablando?

Algunos términos resultarán familiares, mientras que otros quizá no se sepan cómo aplicarlos a una PYME para sacarles el máximo partido y aumentar las ventas.

En esencia, el marketing digital para empresarios y profesionales es el conjunto de estrategias con las que puede transmitir de forma potente los valores de la empresa, la imagen de marca y apoyar el desarrollo del proyecto a nivel online. Un canal increíblemente eficaz que puede suponer un gran salto adelante respecto a lo que es el marketing tradicional con costes inferiores.

Estrategias de marketing digital

En el marketing digital, los objetivos a alcanzar son:

- Más leads con mejor conversión a clientes
- Mayor credibilidad y buena reputación

- Reducir costes en publicidad y penetración en el mercado

En el marketing digital existen estrategias tanto orientadas a dar resultados a corto plazo como orientadas a un resultado que llega con el tiempo, pero de forma constante. Una estrategia bien diseñada contiene en su interior varios ámbitos de actuación como:

- Optimización con coherencia SEO de la página web para los motores de búsqueda;
- Creación de contenido estructurado en el proyecto web
- Generación de contenidos de alto interés: rico, original y atrayente para el usuario
- Publicación de entradas con autoridad en el blog con viralidad
- Creación de boletines informativos para atraer usuarios e incrementar el CTR
- Publicación de contenidos de alto valor informativo targetizado en redes sociales para mejorar la relevancia

Acciones físicas que hay que realizar para que la estrategia sea completa

1. Página web y optimización de motores de búsqueda

Si ya se dispone de una página web, el primer paso es completarla y optimizarla para los motores de búsqueda, es decir, hacer que aparezca en la primera página de Google.

La página web es una tarjeta de visita, lo que significa que debe tener tres características clave:

- Impresión gráfica
- Gran usabilidad
- Información útil para el usuario

La página web tiene que ser, en primer lugar, atractiva de ver porque tiene que tocar la fibra sensible de los leads o clientes potenciales, también debe ser fácil de usar. Todas las páginas importantes deben ser fáciles de encontrar para los usuarios, y, por último, debe tener toda la información útil en su

interior.

Una vez que la página web profesional está lista, el siguiente paso es la optimización para motores de búsqueda (SEO).

El SEO engloba una serie de actividades necesarias para mejorar el posicionamiento de una página en Google y, entre ellas, se presta gran atención a las palabras clave que, básicamente, se dividen en dos grandes grupos:

- Palabras clave para las que está posicionado y para las que necesita estar optimizado
- Nuevas palabras clave a insertar para aumentar su presencia online

Para mejorar la optimización es necesario producir nuevos contenidos (o mejorar los que ya se tiene) para satisfacer la intención de búsqueda de los usuarios

2. Publicidad online

El SEO es una actividad imprescindible en la estrategia, pero se trata de resultados a largo plazo.

SEM: Para ganar visibilidad más rápidamente, otra manera de hacerlo, por ejemplo, mediante la promoción pagada en Google a través de Google Ads. Esta es una gran herramienta si la audiencia es lo suficientemente grande y consciente, sin embargo, es importante disponer de presupuesto para invertir en campañas para crear un interés real alrededor de la marca.

Las campañas de PPC (pago por clic) como su nombre indica, se paga sólo cuando el usuario hace clic en uno de ellos. Para que una campaña de PPC sea efectiva, debe ser estudiada y preparada de manera profesional. El objetivo no es aumentar el flujo de usuarios sino de generar un alto porcentaje de conversión.

3. Marketing en redes sociales

Después de Internet, las redes sociales son el otro gran universo en el que todo emprendedor debe estar presente para aumentar la notoriedad de su marca e impulsar el negocio online.

Cualquier empresa que quiera construir un negocio online debe tener una estrategia de comunicación que incluya las redes sociales, el lugar virtual donde los consumidores pasan un tercio de su tiempo diario en la web.

Una actividad profesional de Social Media Marketing incluye:

- Establecer objetivos diferentes para cada medio social utilizado
- Estudio de los competidores
- Conocimiento del mercado y público objetivo
- Creación de relaciones
- Estudio de un plan editorial con contenidos diferentes y atractivos
- Ampliación de la audiencia
- Seguimiento de las conversiones

Esta, es una actividad que requiere tiempo, perseverancia y creatividad. Además, el trabajo se multiplica para todos los medios sociales en los que se pretende crear presencia.

Los principales medios sociales a considerar cuando se habla de marketing digital aplicado a una PYME son tres:

- LinkedIn
- Facebook
- Instagram

LinkedIn: es la plataforma diseñada para las conexiones profesionales. Ayuda a crear autoridad en el sector, a conectar con personas que comparten las mismas áreas de trabajo y, por último, da la oportunidad de crear asociaciones o colaboraciones beneficiosas.

Facebook: es la plataforma más conocida entre todos los medios sociales y, después de 10 años desde su nacimiento, ha dado grandes pasos sobre todo en cuanto a herramientas para las marcas en la gestión de su plan editorial y la creación de campañas publicitarias.

Instagram: es la forma social por excelencia de contar historias. A través de contenidos visuales como fotos, carrusel, vídeos, historias.

Por qué contratar a un experto en marketing digital

El marketing digital para emprendedores es un campo en el que ir por libre significa a veces, obtener un enorme retorno de la inversión.

El marketing digital no sólo es complejo, sino que está en constante evolución. Cada día nacen nuevas herramientas y las existentes cambian.

Además, el mundo de la web es muy competitivo. Cada día se publican miles de proyectos y la mayoría de ellos son de muy alta calidad. Para atraer a los clientes, hay que pensar en todos y cada uno de los contenidos para el objetivo.

Próximamente, PROFESIONALNET, intervendrá en nuevos cursos de formación en estrategias de Marketing Digital con desarrollo eminentemente práctico

Realmente hay muchas formas de configurar una estrategia de marketing digital para emprendedores, y el truco está en encontrar la más adecuada.

Datos de contacto:

AGENCIA DE MARKETING DIGITAL - PROFESIONALNET

Comunicado de prensa de sobre cursos estrategias de marketing digital
916772505

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Madrid](#) [Valencia](#) [E-Commerce](#) [Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>