

GoDaddy comparte diez técnicas de marketing digital para llegar a los consumidores y hacer crecer un negocio

El email marketing, el marketing de contenidos, el SMS marketing, son técnicas online para conseguir los distintos objetivos de negocio

Las pequeñas empresas de hoy en día son conscientes de que es esencial digitalizarse para ayudar a mejorar el compromiso de los clientes y hacer crecer su negocio. Contar con una página web profesional, con un diseño adaptable a diversos dispositivos, es un requisito básico para las pequeñas empresas. Promover un negocio mediante el uso de técnicas y herramientas de marketing digital puede ayudar a mantener la conexión con los clientes actuales, conectar con nuevos consumidores potenciales e impulsar el conocimiento y el crecimiento de la marca.

Según Hootsuite, en febrero de 2022, el 92% de los internautas españoles accedió a Internet a través del móvil. Y de los que afirmaron realizar actividades de ecommerce cada semana, el 54% declaró haber comprado algún producto o servicio online. Además, entre los usuarios de Internet que afirmaron realizar actividades online, el 62% declaró haber visitado la página web de una marca en los últimos 30 días.

Con el uso activo de Internet desde los dispositivos móviles y la creciente tendencia a visitar las páginas web de las marcas, GoDaddy, empresa que empodera a los emprendedores en su día a día, comparte diez técnicas de marketing digital para ayudar a las pequeñas empresas a dar a conocer su negocio y sus productos y servicios:

Email Marketing: esta técnica sigue siendo popular y eficaz, ya que el email marketing se utiliza como herramienta de comunicación para crear correos electrónicos personalizados con información que incluye promociones, descuentos y actualizaciones del negocio. Su envío permite redactar contenidos específicos para diferentes audiencias, como por ejemplo, por edad, intereses y ubicación.

Marketing de contenidos: el objetivo de esta técnica es crear e intercambiar contenidos en forma de tweets, boletines informativos, infografías, entradas de blog o vídeos en diversas plataformas para ayudar a convertir a los clientes potenciales en compradores habituales de la empresa. Esto puede ayudar a generar confianza, aumentar el conocimiento del negocio y dirigir más tráfico al sitio web de la empresa.

SMS Marketing: esta actividad de marketing se lleva a cabo mediante mensajes de texto a teléfonos móviles con clientes que han dado su consentimiento para recibir comunicaciones a través de este canal. Estos breves mensajes pueden utilizarse para diferentes objetivos, desde el aumento de la fidelidad de los clientes hasta el incremento de las ventas mediante la comunicación de una oferta exclusiva de productos o de una venta sensible al tiempo.

Marketing de atracción: para aplicar esta técnica es necesario tener al cliente ideal como centro de la estrategia. El contenido generado exclusivamente para el público objetivo de la marca la diferencia de la competencia y aumenta la visibilidad y el compromiso con más clientes potenciales.

Unique Selling Proposition (UPS) Marketing: esta estrategia proporciona una propuesta de venta única, o un valor diferencial de una pequeña empresa en comparación con su competencia. Para lograr la diferenciación, se hace hincapié en la calidad del producto, la funcionalidad que posee y se destacan sus características únicas.

Marketing sensorial: su objetivo es crear experiencias positivas apelando a los sentidos de los consumidores. Va más allá de los productos físicos; está diseñado para crear una conexión psicológica entre una experiencia y un producto o una marca. La combinación de todos los sentidos para atraer a los clientes potenciales puede tener un impacto en sus emociones y decisiones de compra.

Marketing social: dar visibilidad a una causa social, proponer una solución y llevar a los clientes a la acción es la base del marketing social. permite que los clientes potenciales sientan un vínculo más emocional con la marca. Para llevarlo a cabo, hay que esforzarse en generar conciencia, realizar actividades para aumentar su relevancia y animar a los consumidores a convertirse en parte activa del movimiento.

Marketing emocional: diseñado para conectar con el público objetivo con promociones o campañas que apelan específicamente a sus emociones, con esta técnica de marketing los empresarios pueden centrarse en las emociones asociadas a su marca y sus valores. Por ejemplo, las campañas de marketing con lágrimas y humor pueden provocar respuestas emocionales en los consumidores. Coca-Cola es un ejemplo obvio de una empresa que ha apelado a las emociones de las personas con la personificación y el fomento de compartir sus productos con las familias y los amigos.

Data driven marketing: se fundamenta en el uso de datos para desarrollar estrategias de marketing online. Hoy en día, las empresas pueden recopilar información sobre el rendimiento de su negocio, su marca y sus productos y servicios en el mercado. Las herramientas analíticas pueden mostrar el número de visitas a una web, las páginas más visitadas y el tiempo de permanencia en una determinada página. Estos datos pueden ayudar a impulsar las decisiones estratégicas de la empresa y los planes de marketing.

Marketing de influencers: los influencers recomiendan todo tipo de productos y servicios en un formato de colaboración "comercial". Aunque no se considera un anuncio promocional, este tipo de mensajes se perciben como si provinieran de una persona admirada por sus opiniones. Un influencer en las redes sociales puede captar la atención de sus seguidores rápidamente compartiendo mensajes que sean relevantes para ellos.

"Las nuevas tecnologías avanzan a gran velocidad. Es importante que las pequeñas empresas estén al tanto de las que pueden ser útiles para su negocio, mantenerse conectados con los consumidores e impulsar la eficiencia", dijo Gianluca Stamerra, director senior de salida al mercado, LATAM + Iberia en GoDaddy. "Las técnicas de marketing digital ofrecen formas de llegar a los usuarios, y es esencial conocer las técnicas y cuáles pueden funcionar mejor para su marca. GoDaddy ofrece un conjunto de herramientas integradas de marketing digital para ayudar a los empresarios españoles a realizar actividades de marketing que les ayuden a promocionar y hacer crecer su negocio", concluye.

Datos de contacto:

Everythink PR
91 551 98 91

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

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>