

Guía básica de marketing digital para pymes por WebSeoDigital

Todo el mundo ha oído hablar del marketing digital, pero, ¿qué es y como se digitaliza un negocio para aprovechar los beneficios que ofrece el marketing digital?

Guía básica de marketing digital para pymes por WebSeoDigital

En esta guía práctica se van a mostrar los principios básicos del marketing digital para pequeñas y medianas empresas, cómo entenderlo y qué se necesita para empezar a beneficiarse de su potencial, y animar a todas las empresas a digitalizar su negocio tradicional, con una serie de sencillos pasos a seguir. Para ello podrán contar con empresas especializadas en posicionamiento SEO y campañas de publicidad Adwords, como WebSeoDigital.

Existen infinidad de estrategias para captar clientes, dar a conocer marcas y productos, fidelización, etc, como los embudos de venta, el social media, inbound marketing... y medios muy diversos, como por ejemplo el email marketing, las redes sociales, blogs y muchos otros, pero profundizar en todo esto sería muy extenso, y el objetivo de esta guía es que se entienda de un modo resumido cuáles son los pasos básicos y fundamentales antes de adentrarse de lleno en una estrategia digital más completa.

Esta guía se centrará en tres factores fundamentales, las páginas web, las redes sociales y el posicionamiento natural y de pago, porque los clientes potenciales tienen que poder encontrar la marca, los productos y servicios que necesitan, y para ello se necesita una página web, y del mismo modo que antes se utilizaban los flyers y había que repartirlos, ahora se necesitan otras estrategias, como por ejemplo las redes sociales, y el posicionamiento en internet, ya sea orgánico o de pago.

Primer paso para digitalizar un negocio: una página web propia

En primer lugar, es imprescindible tener un lugar donde "dirigir el tráfico", entendiendo por esto, "llevar a los usuarios de un lugar de origen hacia otro lugar de destino". Por ejemplo: si se quiere una publicación en redes sociales hablando de un producto de una tienda online, se enviará ese tráfico desde la red social hasta la página de compra de ese producto.

En la página web habrá información del negocio de un modo estructurado según el producto, servicio o marca que se desee vender, y será el lugar de referencia en internet.

Si se desea vender online, en la página web estará la plataforma de venta.

También se pueden crear otras funcionalidades, que además de ser muy cómodas para el usuario, permitirán descargar parte del volumen de trabajo, y se pueden crear infinidad de funciones. Cuando una persona se interesa en un producto o servicio, es normal que quiera saber más sobre ello y querrá poder visitar una completa página web con todo tipo de detalles. Sin duda la página web es la base de cualquier buena estrategia digital, ya que hace las funciones de un escaparate virtual, pero además

ofrece toda la información necesaria para el cliente.

Las redes sociales

Las redes sociales actúan como un gran escaparate. Actualmente, en España hay 40,7 millones de usuarios de redes sociales, lo que supone un 85,6 de la población. Estas plataformas cuentan con versiones gratuitas y de pago, que ayudan a difundir los diferentes y variados productos que las empresas ofrecen.

En España, WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter lideran el uso de redes sociales. Instagram y TikTok son las que más han crecido últimamente, pero Facebook e Instagram siguen siendo las RRSS más utilizadas por los profesionales de la industria digital para liderar sus campañas publicitarias.

Publicidad en redes sociales: Sin duda este es uno de los campos más amplio, debido a la gran cantidad de redes sociales disponibles al alcance de todos hoy en día, no sólo para llegar a nuevos usuarios, sino también para mejorar el alcance orgánico de las publicaciones a los propios seguidores. A continuación, se mostrará un pequeño análisis de una por una.

Facebook: En España hay casi 20 millones de usuarios en Facebook, de todas las edades, por lo que se adapta a la promoción de cualquier producto o servicio, puesto que además, permite subir variedad de contenidos como pueden ser videos, fotografías, audios y enlaces.

Instagram: Esta aplicación es la preferida por el público joven, aunque en los últimos años ha aumentado la media de edad del uso de esta red social. Instagram también permite subir fotografías, videos y últimamente se han puesto de moda los Reels, que permiten compartir videos con opciones de texto, filtros y herramientas de audio. Además, es una aplicación a la que la mayoría de los usuarios accede desde su teléfono móvil, por lo que es de fácil acceso y muy versátil.

Twitter: Es una buena herramienta para gestionar sobre todo la atención al cliente, ya que permite preguntas y respuestas y está abierta al debate.

Tik Tok: Comenzó llamando la atención del público más joven, por la facilidad de crear videos de humor y música en su mayoría, pero igual que Instagram, cada vez son más las personas que utilizan TikTok para realizar sus videos y promocionar sus negocios en esta red social que va creciendo a grandes pasos entre toda la población.

LinkedIn: Esta es una red donde se pueden encontrar profesionales de alto valor. Las empresas de lujo buscan aquí clientes potenciales, lanzando sus campañas publicitarias a profesionales que acaban de cambiar de trabajo para sugerirles así posibles cambios en su vida, como puede ser por ejemplo un automóvil nuevo o una nueva vivienda.

WhatsApp Bussines: Esta herramienta de WhatsApp permite al cliente un contacto directo a través de un chat. Dispone de una versión para negocios que ofrece al consumidor toda la información que necesita sobre una marca, y facilita la opción de hacer pedidos de una forma directa.

Podcast: Una de las últimas en incorporarse a esta lista de redes sociales en auge. Su medio de comunicación es por voz y cercanía. Las escuchas de podcast van en aumento y se ha comprobado que los consumidores se implican más emocionalmente y recuerdan mejor las marcas cuando están escuchando un podcast que si estuvieran viendo la televisión.

Google My Business: Es una red social integrada por empresas y clientes que tienen intereses comunes, tanto económicos como comerciales. Esta red social de gran crecimiento permite a las

empresas o negocios contar con un perfil público a fin de mantener contacto con sus potenciales clientes. Permite a las empresas y organizaciones posicionarse de forma online en los productos de Google, como la búsqueda y Maps. Con esta herramienta de Google las empresas pueden mostrar una pequeña descripción del negocio, los datos de contacto, la ubicación de la empresa cuando se trata de un negocio o tienda física, horarios de apertura y cierre, publicar eventos relacionados con la empresa, incluir reseñas y testimonios o realizar post entre otras opciones. Es sin duda muy completa, podría decirse que es una tarjeta virtual de empresa, y es muy sencillo darse de alta, simplemente teniendo una cuenta de Google.

Las principales técnicas de marketing digital son:

SEO: Search Engine Optimization u optimización de resultados de búsqueda. Técnicas para conseguir aparecer de forma orgánica en las primeras páginas de los resultados de búsqueda para una palabra clave.

SEM: Search Engine Marketing o márketing en buscadores, es decir, anuncios de pago para aparecer en los resultados de búsqueda.

Inbound marketing: Consiste en generar contenido de valor alineado con los intereses de los clientes para generar confianza, posicionarte como un experto y posteriormente poder venderles el producto.

Email marketing: es uno de los medios más efectivos de publicidad, pero para ello es necesario conseguir el email de usuarios interesados en los productos, lo que se suele hacer entregando un contenido de valor gratuito o "Lead Magnet" a cambio de que proporcionen su dirección de correo electrónico.

En cualquier caso, es importante que las empresas se mantengan activas en todas las redes sociales posibles, pero con la ayuda de profesionales en marketing digital como WebSeoDigital, especializada en posicionamiento SEO y campañas de publicidad Adwords, conseguirán mantenerse en las mejores posiciones dentro de los buscadores de internet, lo que hará que su negocio siempre esté entre los primeros, utilizando palabras clave que destacarán su empresa entre millones, por eso es recomendable para cualquier empresa, contar con servicios de profesionales que harán que su negocio destaque entre todos los demás.

Datos de contacto:

WebSeoDigital
624243727

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>