

Las agencias de marketing digital, claves en las empresas mexicanas, según Marketeros Agencia

[Multimedia](#)

Las empresas mexicanas son conscientes de la transformación digital que la pandemia ha acelerado. Los empresarios necesitan dar visibilidad a sus productos y servicios en Internet, y para ello necesitan una agencia digital que les genere la estrategia a seguir y que les desarrolle la misma

Marketeros Agencia, [agencia de marketing digital](#), de las de mayor visibilidad en Google, entiende que la estrategia digital debe englobar todas las etapas del buyer persona: atraer tráfico cualificado al entorno digital de la empresa, seducirlo para que se ponga en contacto, ayudar a cerrar la operación en el funnel de ventas, y deleitarlo y fidelizarlo para que se convierta en el embajador de la marca.

Marketing B2B y B2C

El tipo de negocio que una empresa tiene y su sector obviamente influyen considerablemente en la estrategia a emplear. Empresas que dirigen sus productos a otras empresas tendrán un tipo de estrategia distinta a la que tienen a los usuarios como objetivo.

La configuración de cualquier campaña digital comenzará por el estudio del buyer persona. El perfil del comprador o contratador y la definición de su comportamiento en Internet será clave para el éxito de la misma. Tanto en el marketing B2B como el B2C la figura del cliente potencial y cómo captar su interés se convertirá en el objetivo de las empresas. Las empresas deben estar donde sus clientes les están buscando.

Las métricas a vigilar para B2B y B2C

Las métricas que se utilizan en un servicio B2B o B2C varían. Es recomendable conocer los indicadores claves para obtener un gran resultado:

Redes sociales: Fundamental, el engagement: publicaciones compartidas, likes de los posts o interacciones de los usuarios. Hay que crear comunidad, y esto conllevará desarrollo de marca, el gran objetivo en Social Media.

Comportamiento de los usuarios en el sitio web: Tasa de rebote, número de páginas vista por sesión, tiempo medio de permanencia en la web, contenido que suscita más interés o soporte a través del cual visitan la web; todas ellas KPI's muy importantes a vigilar.

Comunicaciones: apertura de los mails, si los mismos han llegado a la bandeja

de entrada o a la de spam y los retornos de esas comunicaciones.

Leads: El objetivo de cualquier estrategia digital., conseguir suscitar el interés de l buyer persona y que se ponga en contacto a través de las distintas opciones que tenga en la web. En este caso el ratio de conversión será clave para realizar ajustes en las campañas.

Reputación de la marca: Importante dato, basado en las estrategias de branding en la red. No hay un indicador universal, pero se puede hacer un seguimiento a través de las búsquedas en Google, visitas al sitio web, menciones en redes sociales, reseñas, etc.

Posicionamiento SEO, pilar básico en la estrategia digital

Si hay una estrategia digital básica para la visibilidad en Internet, y en concreto en Google, es el [posicionamiento web](#).

Se trate de una estrategia B2B o B2C, los usuarios, el buyer persona, realiza la búsqueda de productos y servicios en los buscadores con la finalidad de dar solución a sus necesidades. O lo que es lo mismo, el target de Google es el del usuario más importante, el que busca a la empresa, oro puro para las mismas. Uno siempre tiene que estar donde le buscan.

En definitiva, las empresas mexicanas que no tengan visibilidad en Internet tienen que darle solución. Antes de la pandemia la transformación digital ya era un hecho en México, hoy en día se ha convertido en una obligación para las empresas invertir en estrategias digitales que conviertan sus negocios en relevantes y visibles en el canal digital. Hoy mejor que mañana.
