

Módulo 1

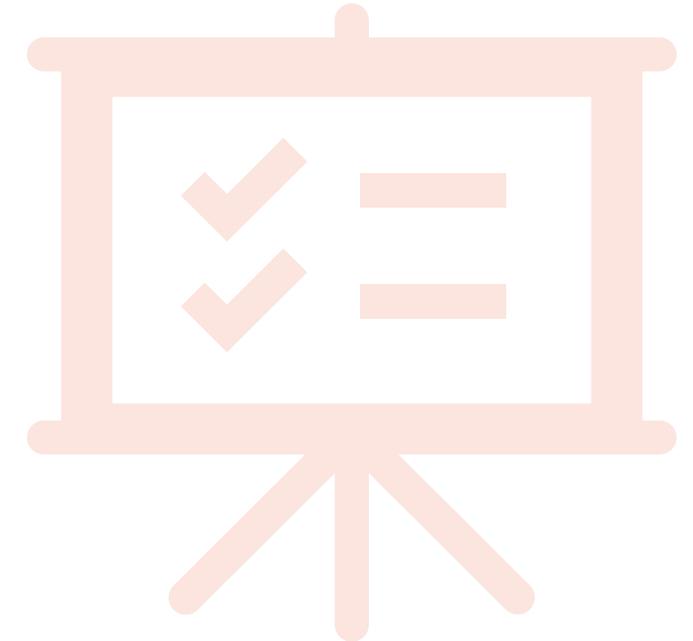
Tema 1. Contexto

Sesión sincrónica



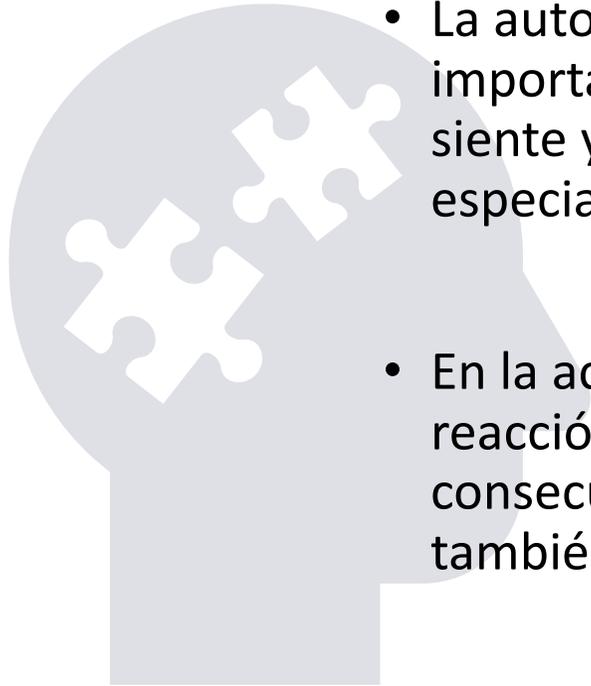
Bienvenida y agenda

- Bienvenida
- Práctica de bienestar
- 1. Contexto del marketing digital
- 2. Evolución del marketing digital y nuevas demandas del mercado
- Receso
- Recapitulación
- 3. Redes sociales
- Landing page y lead
- Conclusiones y cierre



Práctica de bienestar

Ejercicio de respiración



- La autorregulación, también percibida como control, es una fortaleza de carácter muy importante dentro de la psicología positiva. Este concepto implica regular lo que uno siente y hace, ser disciplinado, así como mantener un control sobre los apetitos y, especialmente, sobre las emociones.
- En la actualidad vivimos situaciones muy estresantes que provocan que nuestra reacción instintiva y natural ante ellas sea estallar en ira. Sin embargo, las consecuencias de este comportamiento no solo se quedan en nosotros, sino que también pueden llegar a afectar a terceros.
- A continuación, se presenta un ejercicio que te ayudará a cultivar la fortaleza de autorregulación:

Ejercicio de respiración

1. Toma 2 minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que pueda distraerte.
2. Escucha música de relajación, crea tu propio ambiente de meditación.
3. Comienza a respirar y exhalar por la nariz. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo.
4. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. Así durante dos minutos.
5. Te recomendamos que si durante este periodo algún pensamiento (por ejemplo: olvide algo en la oficina, más tarde tengo que hacer tal actividad, etc.) llega a tu mente, solo déjalo pasar y regresa tu concentración a tu respiración.
6. Al finalizar los dos minutos, sentirás paz en tu ser. Comienza a hacer este ejercicio de respiración y meditación todos los días y poco a poco ve aumentando los minutos del mismo.



Contexto del marketing digital

El contexto que se encuentra alrededor del marketing digital nos hace encontrar la evolución a través del tiempo de la misma mercadotecnia, a la cual se han sumado nuevos canales de comunicación, además de los ya conocidos análogos (televisión, radio, prensa, espectaculares), y nos han hecho reflexionar acerca de la presencia de nuestra marca y productos en las redes sociales.



Evolución del marketing digital



Mensaje

Se convierte en una de las principales áreas de estudio para quienes desean hacer llegar un mensaje a un público específico.



Claves propias

Se basan en la comunicación y relación con el cliente.



Medible

Permite establecer una comunicación con el mercado, mediante el uso de Internet, y ofrecer una retroalimentación medible.



Pero de qué trata...

- La mercadotecnia no se trata de tecnología, se trata de la gente. En ese sentido, es similar a la mercadotecnia tradicional: se trata de las personas (especialistas en mercadotecnia) conectando con otras personas (clientes potenciales) para construir relaciones y, al final de cuentas, conducirlos a la venta.

Nuevas demandas del mercado



- 1) Hay que involucrar a los clientes en los productos.
- 2) Ayudar al medio ambiente o a su entorno.
- 3) Tener buenas prácticas en la tecnología.
- 4) Conocer cómo nos ve nuestra competencia.
- 5) Estar al tanto de las nuevas tendencias.

Actualmente, los consumidores esperan de una marca mucho más que solo un producto, buscan identificarse con sus valores, su propuesta de valor y su conciencia ambiental.

Transformando la forma de hacer negocios



- Desde el punto de vista administrativo (cotizaciones, muestrarios, cobros, pagos y facturación), así como desde el punto de vista operativo (logística de materiales, programación de producción, sistemas de calidad y registros de producción).
- Esto se debe a que permite una comunicación directa entre las empresas y el cliente, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
- Que el consumidor se mantenga informado y tenga al alcance los datos que requiera, además de poder aclarar cualquier duda o comentario por el mismo medio.

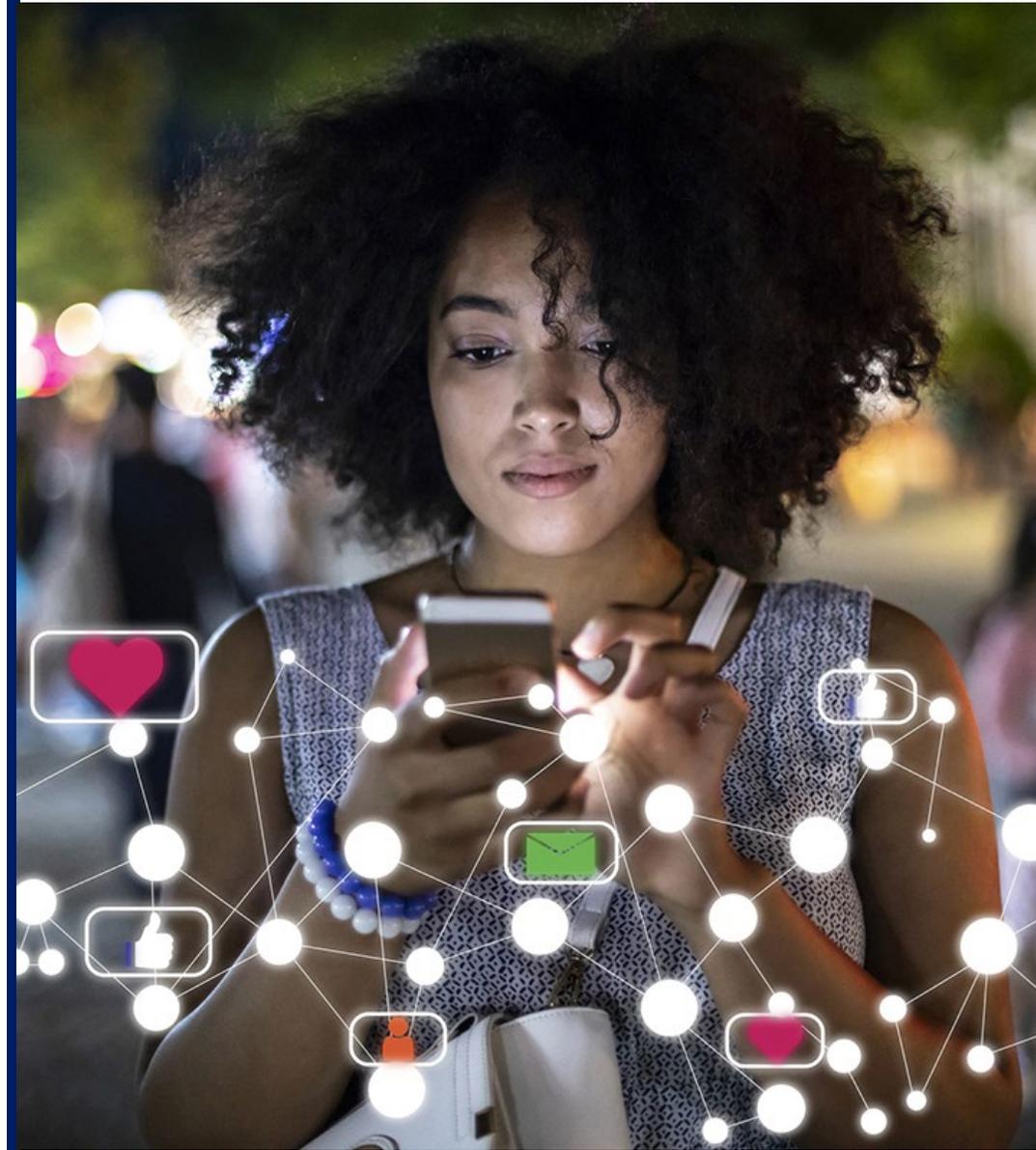
Importancia de tener presencia en redes sociales

- Los clientes están ahí, son humanos que gustan de socializar. En la actualidad, la mayor parte de la socialización se da a través de las redes sociales.
- Se estima que 3,484 millones de personas utilizan las **redes sociales**, esto representa el 45 % de la población mundial, más de 3 mil millones de clientes potenciales que buscan satisfacer sus necesidades.



Oportunidades en las distintas redes sociales

Un 81 % de los usuarios siguen a las distintas marcas y corporaciones en alguna red social y para un 27 % genera confianza el que una marca tenga un perfil en ellas.



Las más usadas

La mayoría utiliza las redes sociales para vender más y conseguir branding. Facebook e Instagram, junto con TikTok, son las redes sociales más utilizadas y las que presentan los mayores datos de inversión publicitaria.

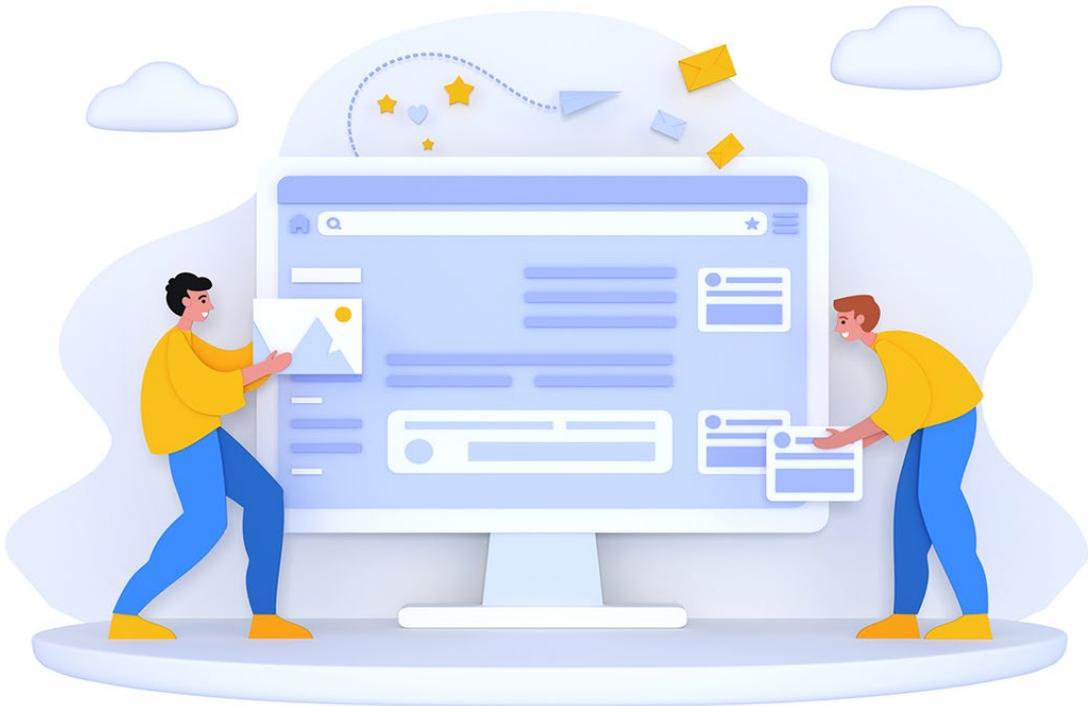




Otras opciones

- Otras redes de importancia como Twitter, YouTube y LinkedIn también revelan la importancia de la especialización del medio a utilizar como expositor de las estrategias digitales, no solo para la comunicación entre las personas, sino para el posicionamiento de las marcas.

Landing pages



- Una landing page, o páginas de aterrizaje en español, es una página web diseñada específicamente para conseguir conversiones o que las visitas se transformen en leads.
- Los leads son aquellas personas que han dejado sus datos de contacto en un sitio web a cambio de un material, representando así una oportunidad de negocio.

CMA

- El CMA es un análisis comparativo de mercado que parte de una investigación de datos hacia la competencia o hacia mejorar los ingresos.
- En Construrama, cuentas con dos landing pages como herramienta básica, las cuales son construramasupply.com y construramaservicios.com



construramasupply.com y construramaservicios.com



Cierre

Gracias a la integración de Internet y el comercio electrónico, las empresas han considerado estos medios como canales para la distribución de sus productos o servicios, con el fin de ser más efectivos y tener mayores clientes y ganancias. No basta con tener un sitio web, más bien es integrar la plataforma a la empresa para generar mayores oportunidades de negocio. Debes tener un entendimiento completo de tu mercado.



Próxima sesión

- Tema 2. Estrategias de marketing digital

Referencias

- Del Campo, A. (2020). *Las Redes Sociales más Utilizadas: cifras y estadísticas*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/#:~:text=%2C%20hobbies%2C%20etc.-,%2CBFCu%C3%A1ntos%20usuarios%20tienen%20las%20Redes%20Sociales%3F,ciento%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial>
- Acibeiro, M. (2021). *Qué es una landing page y cómo crear una página que convierta*. Recuperado de https://es.godaddy.com/blog/que-es-una-landing-page-y-como-crear-una-pagina-que-convierta/?gclid=Cj0KCQiAybaRBhDtARIsAIEG3kkDcpPIhKbXZL4p-TVCRwCJ2pLt-seK5pcTQRwVzsb98FYVPwYpVcsaApmyEALw_wcB