

Módulo 1

Tema 3 Exploración

Sesión sincrónica



Agenda

- Bienvenida
- Práctica del Bienestar
- Comportamiento del Consumidor
- Estrategias SEO
- Receso
- Recapitulación
- Marketing de Contenidos
- Redes Sociales
- Conclusión y cierre



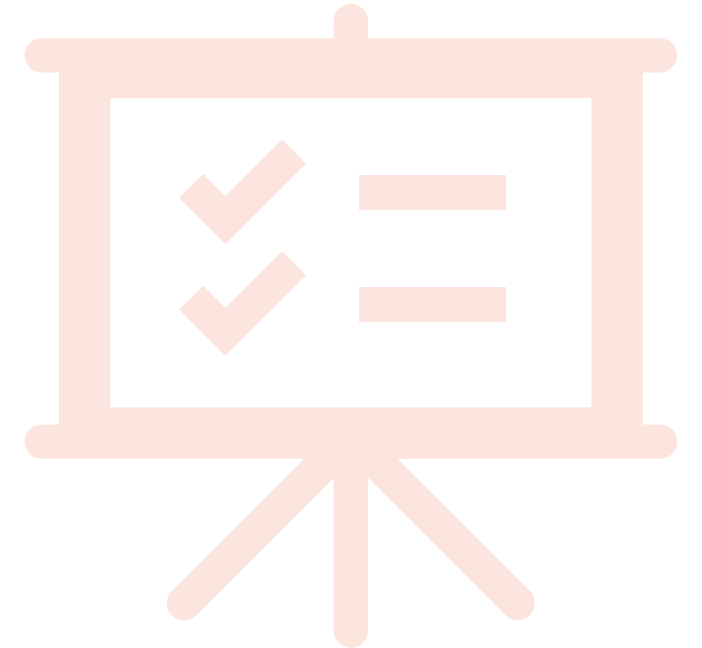
Práctica del Bienestar

- **Experiencias difíciles**

En esta práctica podrás analizar las estrategias que seguiste para afrontar problemáticas y cómo aprendiste de tales sucesos.

- Palabra Clave: **Resiliencia**

Todos hemos pasado por situaciones complejas, no sólo en lo laboral, sino también en el ámbito familiar y personal. La manera a como enfrentamos dichos obstáculos es muy diferente, algunas personas continúan con su vida sin problema alguno, a otras tantas se les complica esa transición, además hay quienes no pueden sobreponerse a las experiencias difíciles.



Práctica del Bienestar

“La resiliencia es la capacidad de reponerse tras la adversidad, de recuperarse después de vivir experiencias difíciles, dolorosas o traumáticas. Para algunos la resiliencia implica no solo salir adelante después de una situación muy dura, sino incluso crecer o ser mejor a raíz de esta experiencia” (Margarita, 2012).

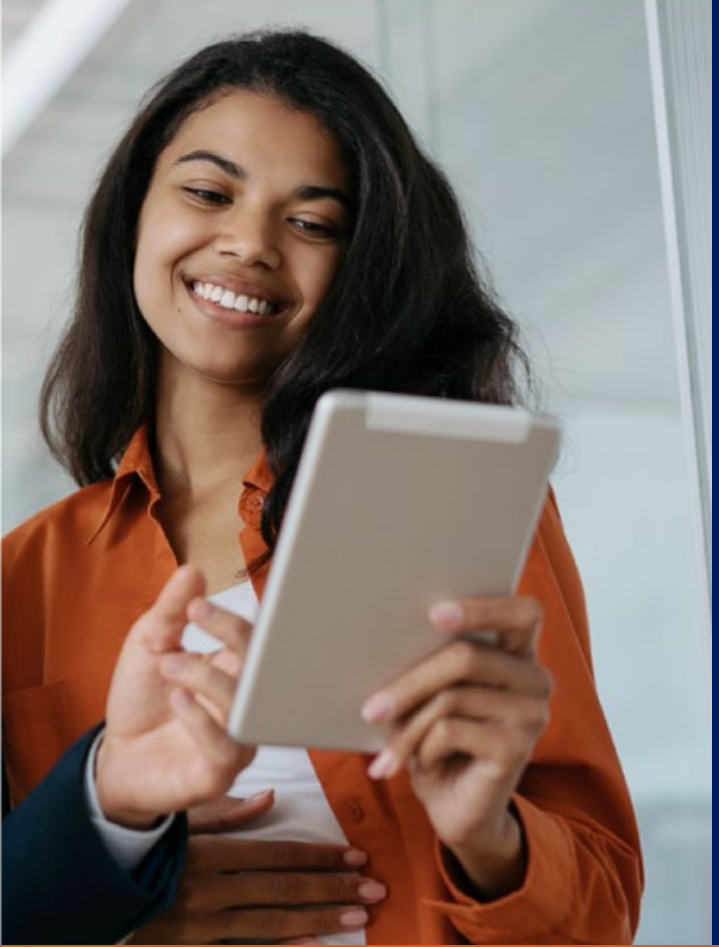


Práctica del Bienestar

La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:

1. Crea una tabla con tres columnas y cinco filas.
2. En la primera columna escribe un evento difícil o desagradable al que te hayas enfrentado en tu vida.
3. En la segunda columna menciona cuáles son tus creencias sobre esa adversidad.
4. En la tercera columna describe las consecuencias que tiene esa creencia.
5. Cuando termines, lee toda la tabla y reflexiona sobre cómo te ha cambiado cada evento, y cómo lo enfrentaste.
6. Escribe al final, ¿cómo enfrentarías cada evento hoy en día?





Comportamiento

El análisis del comportamiento actual del consumidor, y la decisión de compra dentro de las nuevas tecnologías nos hace establecer diferentes estrategias de posicionar y dar a conocer nuestros productos, así como de lograr aumentar las ventas.



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-NC-ND](#)

Hábitos de consumidores

Los hábitos de consumo en México se han modificado a partir de los diversos factores económicos, tecnológicos y sociales que influyen directamente sobre sus decisiones como compradores.





[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-SA-NC](#)

Analizaremos a continuación unos puntos básicos en las estrategias de exploración del marketing digital todos ellos orientados al aumento de presencia y ventas en el universo digital.

SEO Posicionamiento orgánico en buscadores

Cuando compras un artículo es necesario conocer todas, o por lo menos algunas características esenciales del producto que recibirás.

Por ejemplo, si adquieres una escalera, estás interesado en conocer las dimensiones que tiene, el material con el que está hecho, su capacidad de carga, la marca, el peso, entre otras características muy específicas.

Pero realmente ¿cuántas personas ven esto en la publicidad?



ID de la fotografía:1316590670

Search Engine Marketing (SEM) o **marketing en buscadores**, consiste en anuncios que aparecen al realizar una consulta en el buscador de Google con palabras claves definidas.

El objetivo de este tipo de publicidad es mostrarle al usuario un anuncio muy relevante de lo que está buscando.

Esto es un ganar – ganar, ya que Google aumenta sus ganancias y posiciona su marca al mostrarse útil en la experiencia de búsqueda y, gana el anunciante al recibir más *clics* o compras de usuarios interesados en lo que ofrece.



ID de la fotografía:1316590670

saco de cemento - Buscar con Google

google.com/search?q=saco+de+cemento&rlz=1C1CHBD_esMX1001MX1001&oq=saco+de+ceme&aqs=chrome.0.0i433i512j69i57j0i512l8.3348j0j15&sourceid=chrom...

Google

saco de cemento

Todo Imágenes Shopping Videos Noticias Más Herramientas

Cerca de 3,580,000 resultados (0.44 segundos)

https://www.homedepot.com.mx > cemento-portland-gr...

CEMENTO PORTLAND GRIS 50 KG | The Home Depot ...

Cemento Extra color gris para construcción, fabricado especialmente para reducir las grietas de las superficies hasta en un 80% y mejorar la integración de ...

Garantía proveedor: 90 días en tienda Material: Polvo

★★★★★ Calificación: 4.7 · 462 opiniones · \$195.00

https://www.homedepot.com.mx > cemento

Cemento | The Home Depot México

Precios válidos en tienda en línea Coapa del Hueso, Ciudad de México al 2 may 2022, sujetos a cambio sin previo aviso.

Preguntas relacionadas

- ¿Cuánto vale un saco de cemento de 25 kg?
- ¿Cuánto equivale 1 saco de cemento?
- ¿Qué tiempo de vida útil tiene un saco de cemento?

saco de cemento - B... modulo 2 Tema 3 Estrategia de... tema 3 - PowerPoint

ESP 10:42 a. m.

escaleras - Buscar con Google

google.com/search?q=escaleras&rlz=1C1CHBD_esMX1001MX1001&sxsrf=ALiCzsbE9znA_Vjd08cGWBWN_zirDm-i3g%3A1651678930643&ei=0p5yYt3wJvqfkPIPja-...

Google escaleras

Escaleras

Calificación Horario de atención

Escaleras Y Perfiles Sa De Cv
2,3 ★★★★★ (3) · Tienda de materiales para la construcción
San Nicolás de los Garza, N.L. · 81 8330 0075
Abierto · Cierra a las 18:00
Compras en tienda · Entrega a domicilio

Escaleras Cuprum
4,0 ★★★★★ (13) · Empresa de instalación de escaleras
Más de 10 años de actividad · San Nicolás de los Garza, N.L. · 81 8305 8500

Escaleras y plataformas Monterrey
5,0 ★★★★★ (3) · Empresa de instalación de escaleras
Más de 20 años de actividad · Monterrey, N.L. · 81 1960 5257

escaleras - Buscar co... modulo 2 Tema 3 Estrategia de... tema 3 - PowerPoint

ESP 10:43 a. m.

Cuatro puntos del Plan de Negocios



ID de la fotografía:905114726

1. Oportunidad de mercado

¿De qué tamaño y dónde está mi mercado? ¿Quiénes son mis clientes potenciales?

2. Desarrollo organizacional

¿Qué tipo de estructura organizacional necesito para operar el negocio?

3. Entorno competitivo

¿Contra quién compito en ese mercado?

4. Equipo administrativo

¿Qué experiencia y preparación necesitan las personas que van a trabajar en el negocio?

Google Analytics (2016) es una plataforma que sirve como herramienta de medición y análisis, no sólo permite medir las ventas y las conversiones, sino que también ofrece información sobre cómo los visitantes utilizan su sitio o *landing page*, cómo han llegado a él y qué puede hacer para que sigan visitando.

En otras palabras, la plataforma de *Analytics* nos arroja la información necesaria para ver el flujo de nuestro sitio *web* o *landing page*, de esta manera podrás ver tendencias y hacer cambios en caso de ser necesario.



Google Analytics

[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY](#)

¿Qué podemos medir y hacer con esta herramienta?

1. Analizar cada página de tu sitio web.
2. Analizar landing pages o páginas de aterrizaje.
3. Analizar contenidos.
4. Ver el flujo de por dónde llegan los usuarios a tu sitio.
5. Saber en dónde tus usuarios pasan mayor parte del tiempo dentro del sitio.
6. Promedio de tiempo en el que un usuario se queda en el sitio.
7. Ver en tiempo real el número de usuarios que entran al sitio.
8. Análisis de redes sociales.
9. Zona geográfica en donde se ubican los usuarios.
10. Tipo de dispositivo que usan (computadora de escritorio, móvil, tableta, etcétera).



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-NC-ND](#)

Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-NC-ND](#)

Tutorial de Google Analytics

<https://www.youtube.com/watch?v=2ka2YZscki8>

Guía de Uso

<https://blog.hubspot.es/marketing/google-analytics>



[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-SA](#)



Cabe recalcar que en Construrama desde el 2018 cuentan con la página de **Construrama.com** , Los clientes que se suben a la página tienen el soporte de un área especializada, que analiza y provee informarmación centralizadada utilizando google Analytics.

La intención principal es que todos los distribuidores Construrama formen parte de la página institucional con los beneficios de DATA que el equipo de CEMEX les puede proveer.



Receso

Marketing de contenidos

El marketing de contenidos (content marketing), es una de las disciplinas con mayor crecimiento, y que mayor interés ha despertado en los últimos años dentro del mundo del marketing digital.

El cambio en el comportamiento de los consumidores ha sido uno de las principales razones de este auge. Hoy los consumidores han dejado de ser receptores pasivos y no están dispuestos a permitir las interrupciones publicitarias de los medios.



ID de la fotografía: 1312418309

Tipos de Contenidos

- **Contenido que entretiene:** no hay nada más enfocado en la experiencia humana que el *storytelling* (contar historias). Sumergirse en la narrativa que te haga llorar o reír, pasar el tiempo, que sea divertido y que te haga ir y compartir la historia, la experiencia o el humor.
- **Contenido que informa y educa:** algunos mercadotecnistas venden productos muy simples de usar como vasos, focos o un lápiz. Existen otros productos en donde hay mucha información que complica la explicación al cliente.

MARKETING DE CONTENIDOS

ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES A TU EMPRESA



Eva Sanagustín

SOCIAL
BUSINESS

[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY](#)

Tipos de Contenidos

- **Proveer utilidad:** se enfoca no solamente en la ayuda en la decisión de compra, sino también en acercar a los prospectos más hacia la compra. Algunas marcas han construido herramientas para ayudar a encontrar los pantalones que queden de acuerdo a tu tipo de cuerpo y mostrarte una imagen de cómo te verías en ellos.
- **Curación y agregación de contenido:** enfoque altamente proactivo y selectivo para encontrar, coleccionar, organizar, presentar, compartir y mostrar contenido digital alrededor de criterios y temas predefinidos que buscan conectar con una audiencia meta. Cada día más la gente depende de fuentes confiables.

MARKETING DE CONTENIDOS

ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES A TU EMPRESA



Eva Sanagustín

SOCIAL
BUSINESS

[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY](#)

Inmediatez e Interacción



[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-NC-ND](#)

- Todo efecto que se produce en las redes sociales va seguida de una inmediatez en la respuesta de los públicos consumidores y seguidores de nuestras marcas.
- La interacción es alta, el seguimiento es inmediato y diario, por lo que el horizonte temporal de los efectos tangibles se reduce.
- La palabra clave en la publicidad de las redes sociales es la segmentación. La segmentación es un componente clave de cualquier estrategia de marketing y conlleva definir a nuestro público objetivo.



Cierre

- El amplio mercado empresarial es atendido por un *marketing* especializado. Aunque los objetivos sean los mismos como consumidores, las características de los productos, de los procesos internos de compra o de los distintos mercados exigen que las empresas personalicen sus servicios y procesos de venta.
- Hoy en día las empresas buscan lanzar campañas publicitarias de una forma innovadora, interactiva, donde el receptor puede entrar en contacto con la compañía e interactuar, ahora es posible con el apoyo del internet.



Próxima sesión

- Tema 4 Estrategias de Decisión

Referencias

Bunskoek. (S.F.). *Google Adwords: 25 términos que debes saber*. Recuperado de <http://blog.wishpond.com.mx/post/77745965292/google-adwords-25-t%C3%A9rminos-que-debes-saber>

Google Inc. (2019). *Ayuda de AdWords*. Recuperado de <https://support.google.com/adwords/?hl=es#topic=3119071>

Factory, M. (2019). *¿Qué es el Online Performance Marketing?* Recuperado de <http://www.miltonfactory.com/blog/index.php/performance-marketing/que-es-el-online-performance-marketing>

Masrter Marketing (2020), [Por qué es importante hacer Publicidad en Redes Sociales](https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/por-que-es-importante-hacer-publicidad-en-redes-sociales/#:~:text=Ventajas%20de%20realizar%20Publicidad%20en,requiere%20de%20muy%20poca%20inversi%C3%B3n), Recuperado de <https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/por-que-es-importante-hacer-publicidad-en-redes-sociales/#:~:text=Ventajas%20de%20realizar%20Publicidad%20en,requiere%20de%20muy%20poca%20inversi%C3%B3n>)

Avila, J. (2014). *Para qué sirve un blog: ventajas de tener un blog*. Recuperado de <https://jesusavila.com/para-que-sirve-un-blog-que-es/#beneficios>

Facchin, J. (2015). *10 Plataformas para crear un blog gratis o una página web gratuita*. Recuperado de <http://josefacchin.com/2015/03/21/crear-un-blog-gratis-o-una-pagina-web/>