



PLANTILLA DE CONTENIDO DE LA LECCIÓN



Erasmus+

Project funded by: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

1. Documento de la Lección

Tema 9: “Estrategia de Mercadeo Digital”

Lección 1

Introducción a la Estrategia de Marketing Digital

Introducción

“Los especialistas en marketing deben construir relaciones digitales y reputación antes de cerrar una venta”.

–Chris Brogan, Director Ejecutivo de Owner Media Group

Esto es exactamente lo que te traerá una estrategia de marketing digital. Con su ayuda, construirás una relación con clientes potenciales, así como una reputación, y todo esto contribuirá a alcanzar la meta que has definido para tu negocio, aumentar las ventas.

En esta lección, aprenderemos...

Qué factores influyen en una estrategia de marketing digital y qué tipos de estrategias de marketing digital existen.

¿Qué es una estrategia de marketing digital?

Al crear una estrategia, define cómo lograrás tus objetivos y cómo asignarás los recursos necesarios para lograr esos objetivos. Con la ayuda de una estrategia, proporciona un plan a largo plazo para el desarrollo de la organización.

Pero entonces, ¿Qué es una **estrategia de marketing digital**?

Nada más que una forma detallada en la que lograrás los objetivos que has definido para la contribución de las ventas en los canales digitales. Es decir, la estrategia de marketing digital representa la estrategia de canal.



Fuente: [Pixabay](#)

¿Qué factores influyen en una estrategia de marketing digital?

La estrategia de marketing digital está influenciada por factores tanto internos como externos.

Los **factores internos** están influenciados primero por la estrategia comercial de la empresa como un marco determinado y luego por la estrategia de marketing general de la empresa.

Cuando se trata de **factores externos**, estos incluyen las estrategias de los competidores, luego las oportunidades y amenazas que se encuentran en el entorno, así como la estructura del mercado en el que opera y demanda la empresa.

¿Cuáles son tipos de estrategias de marketing digital?

Propuesta de valor para nuevos clientes

Esta estrategia implica la funcionalidad del sitio web u otra forma de comunicación en línea que esté asociada a la oferta de un nuevo producto o servicio.

Captación de clientes

Esta estrategia consiste en mejorar las características existentes del sitio mediante el uso de diversas técnicas de marketing en línea (como marketing de contenidos, SEO, PPC, marketing de afiliados, agregadores), todo ello con el objetivo de atraer nuevos clientes.

Conversión de clientes

Una estrategia que tiene como objetivo activar a los clientes y aumentar la tasa de conversión y el valor medio de los pedidos. Es decir, el objetivo es mejorar la experiencia que los clientes tienen con la marca.

Desarrollo de clientes

Una estrategia es mejor conocida como 'Grow Customers'. El objetivo aquí es mejorar la experiencia y las ofertas para los clientes existentes.

Conclusión

En esta lección, aprendimos que la estrategia de marketing digital no es más que una forma detallada en la que puede lograr sus objetivos comerciales en los canales digitales. Además de eso, hemos aprendido que existen 4 tipos de estrategias de marketing digital, y son:

- Propuesta de valor para nuevos clientes
- Adquisición de clientes
- Conversión de clientes
- Desarrollo de clientes

En la próxima y última lección de este curso, aprenderás cómo crear una estrategia de marketing digital y qué estructura debe tener.

