

Estrategias de Marketing Digital Ejemplos PDF. Os vamos a mostrar cómo [conseguir resultados increíbles](#) con acciones de [marketing digital](#) sencillas y de bajo coste. Para lograr impulsar a tu empresa al éxito en los [negocios](#).

Las nuevas empresas y las pequeñas empresas deberían reservar al menos un 7% u 8% de sus ingresos brutos para el marketing digital.

Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

Para una empresa que se está estableciendo en el mercado y que apenas gana suficiente dinero para mantenerse a flote, **incluso esta inversión inferior al 10% puede ser muy alta.**

Pero renunciar al marketing digital para ahorrar no es una opción. Después de todo, **el marketing digital es la única forma en la que destacar y preparar el escenario para [ventas exitosas](#).**

Entonces **se vuelve imperativo encontrar [estrategias de marketing de bajo coste](#)**, que se puedan implementar con un presupuesto reducido, y que aún sean impactantes y produzcan resultados. Aquí, **analizamos algunas de estas estrategias.**

Haz Correr la Voz a través de Relaciones Públicas Gratuitas. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

Un [estudio realizado](#) por Nielsen muestra que **las relaciones públicas son casi un 90% más efectivas que la publicidad.**

Escribe tu Mensaje de la Manera Correcta.

Los periodistas pasan unos 1-2 minutos leyendo un discurso. Si no logra engancharlos, el resto de su campaña falla. Aquí es donde ayuda la redacción de comunicados de prensa. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

- Tu mensaje no debe exceder las 300 palabras, incluyendo 1-2 citas.
- Si está asociado con otras marcas, inclúyelo en el mensaje. Muchas veces los clientes exploran nuevas marcas solo debido a su asociación con las establecidas.
- Ofrece a los lectores una razón por la que puedan conectar contigo: tu mensaje debe escribirse como una solución a un problema importante.

Crea no uno, sino Múltiples Puntos de Vista de una Historia.

Cada publicación sigue diferentes estándares de publicación y responden a un tipo diferente de mensajes. Por eso es importante crear múltiples variantes de tu historia.

Al enviar tu discurso por correo electrónico, no está de más agregar un mensaje preliminar, explicando por qué crees que tu historia es una buena opción para esa publicación y en qué sección puede publicarse.

Perfecciona el Arte del Tono de una Oración. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

Los periodistas pasan por numerosos lanzamientos / propuestas cada día. La mejor manera de destacar entre la multitud es presentar tu historia con un tono de una oración "no se puede ignorar". La mejor manera de escribir un tono de una oración es:

- Que sea breve.
- Abordar un problema / conflicto específico.
- Hablar acerca de cómo tu producto / servicio tiene la intención de solucionar el problema.
- Explica por qué esta solución es importante.

Puedes usar esta fórmula como guía para escribir tu tono de una oración:

" Mi empresa (nombre de la empresa) está creando (producto / servicio) para ayudar (grupo de clientes) a resolver (problema / conflicto) mediante (solución). "

Generar Leads con Contenido de Alta Calidad. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

[El marketing de contenidos](#) genera 3 veces más [clientes potenciales](#) que la publicidad pagada, siempre que lo utilices correctamente. Al implementar tu campaña de marketing de contenidos, aquí hay algunas cosas que puede hacer.

Cuenta Historias que la Gente Realmente Quiera Escuchar.

Tu audiencia leerá algo solo si está interesado en éllo. Así que asegúrate de escribir el contenido que ellos quieren, no lo que tú quieres. **Por lo general, a las personas les encanta leer listas, tutoriales y guías prácticas, estudios de casos y entrevistas a expertos.**

El contenido de video como GIF, memes y videos transmitidos en vivo también tiene mucho éxito.

Aprovecha el Poder de los Pilares.

El contenido de [long tail](#) genera [backlinks orgánicos](#) debido al valor que aporta a los lectores. Además, los [motores de búsqueda como Google](#) prefieren los artículos detallados, lo que les otorga un lugar de honor en el ranking. Esto se debe a que **el contenido de long tail muestra autoridad en un tema, algo que los rastreadores adoran.**

Por lo tanto, si publicas artículos, **asegúrate de que tengan más de 3000 palabras de longitud.**

Reorientar a Clientes Antiguos con Marketing por Correo Electrónico - Email Marketing.

¿Sabías que invertir solo 1 Euro en email marketing puede obtener un ROI de 42 Euros?

Entonces, si estás pensando en reorientar a los clientes existentes, definitivamente debes de usar el correo electrónico. Así es como puedes hacerlo.

Comienza con un Asunto Convinciente.

Las líneas de asunto que tienen entre 41 y 49 caracteres tienen las [tasas de apertura de correo electrónico](#) más altas. Como son tan concisos, también deberían ser sencillos. No hagas falsas promesas, pero menciona las ofertas de las que habla el cuerpo del mensaje del correo electrónico.

Además, el uso de palabras de acción como "Jugar" o "Conseguir" en la línea de asunto hace que el correo electrónico sea más atractivo. Finalmente, **personaliza el texto del asunto, ya que esto aumenta los clics.**

Un ejemplo de una buena línea de asunto que sigue estos consejos es: “ *Manuel* , ¡ compra con nosotros antes del [fecha] y obtén un 40% de descuento! ”

Calcula la Hora de Envío de tu Correo Electrónico.

Según múltiples encuestas, los martes y jueves tienen las tasas de apertura de correo electrónico más altas. Las tasas de participación, en forma de revisiones de correo electrónico y tráfico de la página web, son muy altas los viernes. **Los sábados son los días de conversión de correo electrónico más altos.**

En términos de tiempo, la mayoría de las encuestas nos dicen que los correos electrónicos entre las 10:00 a.m. y las 11:00 a.m. obtienen el mejor compromiso por parte del cliente, con la excepción de los domingos cuando las tasas de apertura son más altas a las 9:00 p.m.

Para [correos electrónicos de carritos abandonados](#), envía el **primer correo electrónico inmediatamente después de que el cliente salga de tu web.** El **siguiente correo electrónico debe enviarse 24 horas después del primero** y debe ser un recordatorio. El **tercer correo electrónico, enviado después de 48 horas,** debe ser persuasivo y contener incentivos y ofertas.

Utiliza Contenido Generado por el Usuario en el Correo Electrónico.

Algunas marcas ofrecen descuentos a los clientes cuyas fotos (de ellos utilizando el producto de la marca) se publican en sus correos electrónicos promocionales. Esto ha alentado el uso del producto, la promoción de la marca y las ventas.

Por lo tanto, **considera crear un hashtag de marca y solicita a tus clientes que publiquen una foto de ellos mismos utilizando los productos de la compañía.** Esto puede ser un excelente contenido para tus [anuncios publicitarios promocionales](#).

Iniciar un Programa de Afiliados Sólido. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

Los clientes confían en las referencias de amigos y tienen cuatro veces más probabilidades de comprar productos de marcas que sus amigos o familiares han recomendado.

Entonces, **¿qué debes de hacer para implementar la campaña de [afiliación](#) más impactante?**

Vincula tu Programa de Referidos con tu Campaña de Email Marketing.

Si bien la mayoría de las campañas de afiliación se inician en el momento de la compra o mediante [chatbots](#) en las [redes sociales](#), también puedes escribir al cliente y solicitarle que lo remita a sus amigos. Aquí es donde puede importar mucho un buen correo electrónico.

Pero, ¿qué ofertas puedes ofrecer a los clientes en una campaña de recomendación para atraerlos a participar? Aquí es donde entra el siguiente paso.

Incluye Incentivos en Tu Plan.

Seamos sinceros. **A los clientes les encantan los descuentos y ofertas.**

Puedes alentar las referencias con descuentos y ofertas. Por cada persona, que tu cliente refiere a tu marca, obtienen un X% de descuento. Incluso puedes ofrecer una acción de la empresa por cada referencia realizada. Esto es lo que hizo T-Mobile.

Para complementar tu programa de afiliación y garantizar conversiones, considera dar un descuento al cliente referido en su primera compra.

Ve Más Allá de los Descuentos y Cupones.

Tesla hizo esto hace un tiempo. Si bien mantuvieron descuentos y ofertas por tiempo limitado en sus vehículos para los referidos, **también ofrecieron un recorrido gratuito por su fábrica y pases gratuitos a una fiesta de inauguración, a clientes que recomendaron a numerosos clientes nuevos.** Dependiendo de cuántas personas refirieron y convirtieron, el cliente era elegible para recibir uno de los muchos premios / ofertas.

Puedes imitar esto vinculando tus campañas de afiliación con eventos corporativos.

Involucra a Tu Audiencia con Gráficos y Contenido de Video. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

La gran mayoría de los clientes dicen que se han convencido de comprar un producto / servicio mediante un video de marketing. Así es cómo puedes usar videos para aumentar tus ventas.

Crea Videos que Defiendan tu Producto.

Marcas como Nike y GoPro hacen esto realmente bien, donde crean videos de sus productos que son utilizados por un vlogger a medida que avanza en su vida normal. Tales vlogs son excelentes herramientas de ventas, ya que en realidad muestran cómo se pueden usar los productos.

Si bien la mayoría de los videos funcionan mejor cuando duran entre 60 y 90 segundos, los vlogs que duran hasta 120 segundos también funcionan muy bien. Sólo asegúrate de poner transcripciones (con enlaces de productos), para que tu audiencia pueda volver y leer sobre el producto y explorar tu tienda online / página web.

Muestra Cómo Es tu Marca Realmente de una manera Más Agradable.

Los estudios muestran que los clientes globales prefieren comprar a marcas que realmente tienen valores y creencias que defienden. Una buena manera de aprovechar esto es **mostrar a tus clientes tus operaciones basadas en el valor y el compromiso.**

Los videos de tu personal en el trabajo o de tu proceso de producción pueden mostrar cuán ético eres como empresario y pueden hacerte muy respetado entre tus clientes.

Convierte tu Video en una Llamada a la Acción (CTA).

Tus videos no deberían ser solo herramientas de entretenimiento. **Deberían alentar a los espectadores para que realmente hagan algo.** Aquí es donde ocurre la fusión de video y [CTA](#).

Puedes usar CTA escritos o botones / enlaces en los que se puede hacer clic en el video. Incluso puede usar elementos gráficos y de diseño como flechas flotantes o puertas animadas que conducen a tu página web cuando se hace clic en abrir.

O bien, **puede convertir el contenido de tu video en una rotunda llamada a la acción.** Haz que contenido demande la acción del espectador o desarrolla una historia que deje suficientes migas de pan para que tu audiencia pueda seguirlos e investigar.

Como práctica recomendada, **mantén el CTA dentro de los primeros 10 segundos de tu video**, de esta manera puede dirigirte a los espectadores que pueden salir antes del final del video.

Tener Éxito mediante la Reutilización de Contenido. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

La reutilización te permite involucrar a diferentes grupos de audiencia, que prefieren consumir otras formas de contenido que lo que normalmente creas. Esto puede ser genial para las ventas. Esto es lo que puedes hacer.

Convierta sus artículos en instructografías, visualizaciones de datos e infografías.

Los seres humanos somos visuales y retenemos más información a través de contenido basado en gráficos. Aquí es donde entran las infografías y visualizaciones de datos. Los usuarios de Pinterest e [Instagram](#) consumen mucho de este contenido visual y tienen una alta tasa de conversión.

Utiliza tus Datos Internos e Informes para Crear Estudios de Caso.

Los estudio de caso agregan un gran valor a los lectores, especialmente en el sector [B2B](#), donde la mayoría de las empresas evalúan los estudios de caso antes de realizar un pedido. Tus experiencias personales pueden ser excelentes estudios de caso y pueden posicionarte como un experto de tu industria.

Tu Sección de Preguntas y Respuestas puede Convertirse en Publicaciones de Blog.

Las preguntas y respuestas de Tus clientes pueden ayudarte a reutilizar tus respuestas en publicaciones de blog bien investigadas con ejemplos del mundo real.

Aprovecha el Poder de las Redes Sociales. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

Las [redes sociales permiten interacciones con la comunidad a escala global](#) y respaldan la defensa de la marca por parte de los clientes. Pero, por supuesto, como cualquier otra cosa, tu estrategia

de redes sociales tendrá éxito sólo si publicas el tipo de contenido que tu audiencia realmente quiere leer. Una vez que hagas esto, debe continuar con lo siguiente.

Publicar en el Momento Adecuado.

Al igual que con los correos electrónicos, el éxito de las publicaciones en las redes sociales depende del tiempo. Los mejores y peores momentos para publicar son:

- **Facebook.** Miércoles a las 9:00 y 15:00.
- **Twitter.** Miércoles y viernes a las 9:00.
- **Instagram.** Miércoles a las 11:00 y viernes de 10:00 a 11:00.
- **LinkedIn.** Miércoles a las 9:00 y 10:00. Nuevamente a las 12:00.

Mantén el número de publicaciones constantes de la siguiente manera:

- Facebook y LinkedIn: 1 publicación / día.
- Instagram: 2 publicaciones / día.
- Pinterest: 11 pines / día.
- Twitter: 15 tweets / día.

Mas de esto, se sentirá spam y menos, no será tomado en serio por los clientes.

Prueba las Nuevas Funciones en Plataformas de Confianza.

Muchas plataformas han salido con nuevas herramientas y características. Por ejemplo, AR de Snapchat, IGTV de Instagram, Catálogo de Pinterest y anuncios de 15 segundos que no se pueden omitir en YouTube. Cada uno de estos es excelente para atraer a tus clientes. **Puedes usarlos para realizar una promoción cruzada de tu contenido en otras plataformas.**

Estar en las Plataformas Correctas.

El comienzo de esta nueva década trae consigo nuevas plataformas de redes sociales. Estas son las mejores plataformas nuevas en las que necesitas estar:

- **Telegram.** Mensajería social.
- **Meet Up.** Desarrollo de la comunidad social.
- **Tapebook.** Social vlog / audio-log.
- **TikTok.** Compartir videos sociales.
- **Whisper.** Redes sociales.

Conclusión. Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.

El marketing digital no tiene por qué ser un asunto costoso. Con un poco de planificación y la combinación correcta de herramientas y plataformas, **puedes poner en marcha una estrategia de marketing digital impactante con una inversión adecuada.**

Comenta y comparte. Será un placer poder ayudarte! [Contacta](#) con nosotros... Estrategias de Marketing Digital Ejemplos.