

MARKETING DIGITAL
PRESENTACIÓN



Ailén Morales
Productora artística

Miguelina Orlando
Lic. Marketing





El **MARKETING DIGITAL**

Se caracteriza por la combinación y utilización de estrategias de comercialización en medios digitales. Es una de las principales formas disponibles para comunicarnos con el público de forma directa, personalizada y en el momento ideal.

La transformación digital es la oportunidad que tenemos para reinventarnos a través del uso de tecnologías digitales para incrementar el valor de nuestra marca y llegar a nuestros clientes.

CONCEPTOS A CONSIDERAR



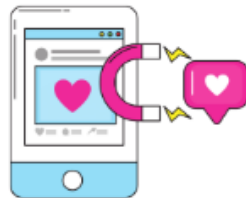
SEGMENTACIÓN

Características específicas de un grupo de consumidores.



CONTENIDOS

Permite tener el control de las publicaciones, imágenes, etc.



ENGAGEMENT

Nivel de identificación y conexión emocional con un producto o servicio.



FIDELIZACIÓN

Estrategias para que los clientes regresen a consumir productos y servicios adquiridos.



Durante el periodo de aislamiento preventivo, el tiempo de uso de las redes sociales ha incrementado notablemente ayudando a que la facturación online haya crecido un 76%.



Cambio en ocasión de consumo.

Mayor demanda productos de “primera necesidad” por Internet.

Creciente interacción con plataformas digitales.



Mayor cantidad de horas pantalla por persona.



Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuario.

Hoy en día quien tenga un negocio y quiera prosperar debe estar en internet. Esto aplica para todo tipo de emprendimiento o empresa ya que las redes sociales contribuyen positivamente a su crecimiento.

VENTAJAS

- Aprender sobre el público.
- Encontrar nuevos clientes.
- Recibir Información en tiempo real.
- Adelantarse a la competencia.
- Potenciar el crecimiento de marca.
- Mejor posicionamiento.
- Publicidad mas efectiva.



FACEBOOK fue pionera en las redes sociales, supo ser la principal y hoy tiene un potente administrador de anuncios.



LINKEDIN, es una red social de tipo profesional, en la que los usuarios, suben sus CV online y entablan relaciones comerciales, buscando u ofreciendo trabajo. Está orientada a los negocios y sus mas de 500 millones de usuarios pueden promocionarse y hacer network.



WHATSAPP EMPRESA, es una aplicación gratis que permite a las empresas comunicarse con sus clientes de una manera sencilla y efectiva. Utiliza herramientas que permiten automatizar, organizar y responder rápidamente los mensajes. Como por ejemplo crear mensajes de bienvenida.



TIKTOK, fue la sorpresa del 2020, ha superado en número de descargas a Facebook, Snapchat, Youtube. Nos permite crear, editar y subir videos selfies de 1 minuto. Incluye efectos llamativos especiales, filtros y características de realidad aumentada. Todo muy sencillo. Está siendo pionera no solo como red social sino como marketing para los artistas.



Instagram es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeos con otros usuarios. Además permite publicar contenidos en las historias las cuáles impulsan la interacción dinámica entre los usuarios.

CONCEPTOS CLAVES



INTERACCIÓN: Reacciones sobre una publicación (me gusta, comentarios, respuestas, compartidos).

HASHTAG: Etiqueta que agrupa contenido Bajo una clasificación o temática (viralidad).

CARRUSEL: Varias fotos en un solo posteo.



IGTV: Instagram TV, plataforma de video que permite reproducir videos de más de un minuto.

FEED: Conjunto de fotos en un perfil, construye identidad del mismo.



IDENTIDAD: Valores, espíritu y línea gráfica del perfil.



MENCIÓN: Cita a perfiles dentro de las publicaciones, tracciona vistas e interacciones.

Algoritmo: Funcionalidad interna e imperceptible de Instagram que se encarga de medir la calidad de las publicaciones y darles visibilidad en la red social.
Es importante enamorar al algoritmo.

Instagram es una red social 100% visual que premia la calidad y el aporte de valor.

La única forma que tiene Instagram de saber si nuestro contenido es **RELEVANTE** es gracias a las interacciones.

Las interacciones son los «me gusta», los comentarios, los compartidos, y los guardados.

Por eso si bien es importante tener seguidores no es lo primordial, de nada sirve tener muchos seguidores si ninguno interactúa.

¿Sabías que cuando uno lanza un posteo se muestra aprox a un 10% de tus seguidores, con lo cual solo si ese porcentaje interactúa con tu contenido el algoritmo lo muestra mas y mas.

Algunos TIPS:



1. Buscá alcance.
2. Contesta TODOS los comentarios, así duplicas la cantidad y el algoritmo no se da cuenta.
3. Seguí cuentas que te interesen así interactúas con ellas.
4. Ingresá hashtags de interés.
5. Usá llamados a la acción: «Dale me gusta», «guardá, comentá, compartí»

ES IMPORTANTE DESARROLLAR UNA RELACIÓN VALIOSA CON TUS SEGUIDORES - ENGAGEMENT

DIFERENCIA ENTRE PERFILES: PERSONA – EMPRESA



- Alcance de visibilidad menor.
- No se permite la generación de promociones o pautas.
- No hay opción para acceder a las métricas de interacciones.
- Publicaciones en perfiles personales de Facebook.
- No hay un botón de contacto en Bio.



- Alcance de visibilidad mayor.
- Acceso a la función de promocionar historias o publicaciones.
- Estadísticas detalladas de las publicaciones en el perfil (medición de las interacciones).
- Publicaciones en páginas de Facebook.
- Botón de contacto en Bio.

¿Cómo cambiar el perfil?

1. Ir a la configuración.
2. Elegir la opción “cuenta”.
3. Seleccionar “Cambiar a cuenta profesional”.
4. Seleccionar la opción “Empresa” y dar siguiente.
5. Seleccionar la categoría.
6. Finalizar.

CUENTA CREADOR

Las cuentas de creador están pensadas para los influencers, personalidades o artistas que, si bien no tienen una empresa como tal, sí utilizan su imagen para promocionar a su público el contenido que crean.

Mejor control de tus seguidores

Te permite saber **quiénes te siguen y quiénes te han dejado de seguir**.

Si das click en “Audiencia ahora” podés detallar el número de “follows” y “unfollows” en un día. Además, podés ver el contenido que subiste ese día, para tener una idea de qué pudo causar un descenso (o aumento) de tus seguidores.



Categorías más humanas

Al tratarse de cuentas pensadas para influencers o artistas, las categorías están adaptadas para ser más humanas. Describen mejor tu actividad. Podés elegir entre comediante, actor, youtuber, coach, chef, blogger, diseñador, etc.

Mejor filtro de los mensajes directos

Podés elegir si querés **que tus contactos se comuniquen con vos solo por mensajes directos**, a través de tu correo o por tu número telefónico. Lo más interesante es que Instagram incluye un algoritmo que permite saber qué solicitud de mensaje puede ser más relevante para tu cuenta. Es decir, cuál mensaje nuevo podría ser de un potencial cliente, por ejemplo.

BIOGRAFÍA

Es la descripción de la cuenta. Debe describir a primera vista la actividad principal.

- Debe ser corta
- Uso de bullets
- Uso de Emojis
- Hashtags
- Links



LOGO

Logo
Paleta de colores
Buena calidad

DESTACADAS

Uniformes
Estéticas
Actualizadas
Cortas



CONTENIDO

Es uno de los principales factores a tener en cuenta dentro de la estrategia digital, ya que nos permite desarrollar el concepto la marca y transmitir lo que queremos comunicar.

Es importante que se refleje el estilo e identidad de la marca.

¿Cómo podemos organizar nuestro contenido y ayudar a la calendarización?



1. Inspirar.
2. Divertir/Entretener.
3. Aprender/Contenido educativo.
4. Preguntas para hacer participe al usuario.
5. Compartir algo tuyo: tu primer trabajo, tu primer posteo, historia de vida.
6. Vender.

CALENDARIZACIÓN

Es importante determinar frecuencia de publicaciones para no saturar al público. Planificar el contenido es muy importante para el buen desarrollo de una cuenta de Instagram.

Es por esta razón que antes de crear contenido se deben considerar aspectos que llamen la atención e incorporen la marca en los primeros segundos para que la publicación no pase por alto.



ESTÉTICA

Es importante que las publicaciones tengan uniformidad (visibilidad desde el feed). Y cuidar la calidad de las imágenes.



USO DE HASTAG

Los #hashtags son etiquetas que agrupan contenido bajo una clasificación o temática específica.

Los hashtags permiten que el alcance y la visibilidad de las cuentas de Instagram aumenten ya que generan interacciones.

Puede contribuir al aumento de seguidores, pero no es su principal funcionalidad.

Para lograr el éxito en Instagram se necesita ser RELEVANTE, generar una propuesta de valor. Para esto es importante tener una estrategia clara y una identidad de marca bien definida que se base en creatividad visual y en una gestión efectiva de la comunidad.

FACTORES CLAVE

- Cliente Ideal.
- Objetivos en Instagram.
- Contenido.
- Métricas.
- Competencia.
- Identidad de marca.

HERRAMIENTAS

- Hashtags
- Experiencia de consumidor.
- Interacciones
- Stories



CLIENTE IDEAL

¿Cuál es el público objetivo?

- Edad
- Gustos
- Comportamiento
- Tendencias



OBJETIVO

- Crear conciencia de marca
- Mostrar productos y servicios
- Crear comunidad
- Aumentar lealtad hacia la marca
- Compartir Novedades



CONTENIDO

- ¿Qué se quiere comunicar?
- ¿Cuál es el concepto de la marca?
- ¿Cuándo es conveniente publicar?
- ¿Se cuenta con los recursos gráficos?
- ¿Es acorde a la estrategia?



COMPETENCIA

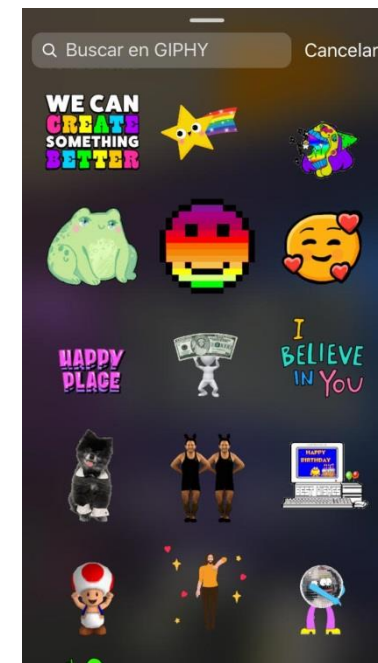
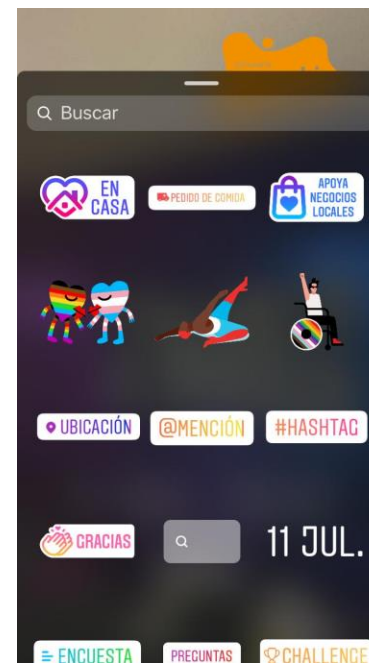
- ¿Quiénes son competidores?
- ¿Qué está haciendo la competencia?
- ¿Qué quieren comunicar?
- ¿Cuál es su factor diferencial?

HISTORIAS

Instagram Stories es una función donde los usuarios pueden publicar imágenes o contenido de video. Pueden ser temporales con visibilidad de 24 horas o destacadas que quedan en la bio y hacen parte de la identidad del perfil.

Podemos encontrar interacción desde:

Menciones
Hashtag
Generar expectativa de nuevos productos.
Comunicar eventos
Retos
Preguntas
Emojies



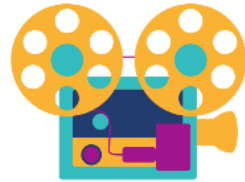
VIVOS

**Comunicar la experiencia de los consumidores:**

Compartir con los seguidores las experiencias, comentarios y fotos de ocasiones de consumo.

- Atraer a nuevos consumidores.
- Compartir el concepto de la marca de una forma más genuina.
- Obtener seguidores y expandir la marca.
- Generar y conocer las reacciones del público
- Aumenta la visibilidad de la marca y las interacciones.
- Es la función que primero se visualiza al ingresar a Instagram.
- Se generan notificaciones a los seguidores (Call to action).
- Aumenta el tráfico en el perfil.

REELS



Con los **Reels** puedes crear videos divertidos para compartir con tus seguidores.

Se comparten en el feed y en la sección de Reels.

¿Cómo hacemos para publicar un Reel?

1. Deslizando hacia la Izquierda desde la pantalla principal.
2. Entrar las opciones que aparecen abajo, desliza hasta entrar en “**Reels**”.
3. Presionas el botón de grabación para empezar a grabar tu **Reel** o bien subis un video que ya grabaste.

REELS



Algunas ideas de Reels

- ✓ Mitos y verdades sobre....
- ✓ Los si o los no de un producto o un servicio
- ✓ Cómo es un día trabajando en tu emprendimientos.
- ✓ Respondiendo preguntas frecuentes.
- ✓ Grabación de pantalla del celular explicando un tema.
- ✓ Mostrar un producto desde distintos ángulos.
- ✓ Mensaje motivacional o frase para empezar el día.
- ✓ Antes y después de un servicio.
- ✓ Humor para explicar el uso de tus productos.

REELS



Algunas ideas de Reels

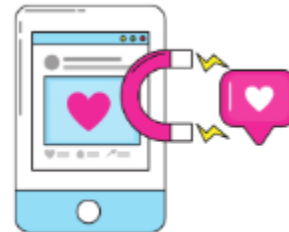
- ✓ Mitos y verdades sobre....
- ✓ Los si o los no de un producto o un servicio
- ✓ Cómo es un día trabajando en tu emprendimientos.
- ✓ Respondiendo preguntas frecuentes.
- ✓ Grabación de pantalla del celular explicando un tema.
- ✓ Mostrar un producto desde distintos ángulos.
- ✓ Mensaje motivacional o frase para empezar el día.
- ✓ Antes y después de un servicio.
- ✓ Humor para explicar el uso de tus productos.

MENSAJES DIRECTOS



Muchos usuarios en Instagram usan los mensajes directos para comunicarse con empresas y negocios.

- Generan cercanía con el consumidor.
- Aumenta el engagement con el perfil.
- Permite conocer las opiniones del público.
- Generan más interacción por ende mayor visibilidad.



RESPUESTA DE COMENTARIOS



Los comentarios son una potente herramienta de opinión que puede impulsar o detener la decisión de compra de un consumidor.

- Generan cercanía con el consumidor.
- Aumenta el engagement con el perfil.
- Permite conocer las opiniones del público.
- Generan más interacción por ende mayor visibilidad.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA



¿Llama la atención en los primeros tres segundos?

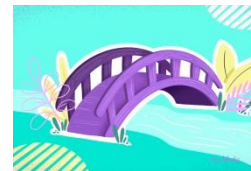


¿Incorpora a la marca en los primeros segundos?



Retiene la atención durante toda la pieza?

¿El mensaje es claro aunque no tenga sonido?



¿Se adapta al objetivo?
¿Es relevante?



CANVA es una herramienta de diseño web, en la que se puede crear contenido de manera sencilla. Cuenta con distintas plantillas y formatos y temáticas. Permite gestionar y almacenar las publicaciones de una manera dinámica y ordenada.



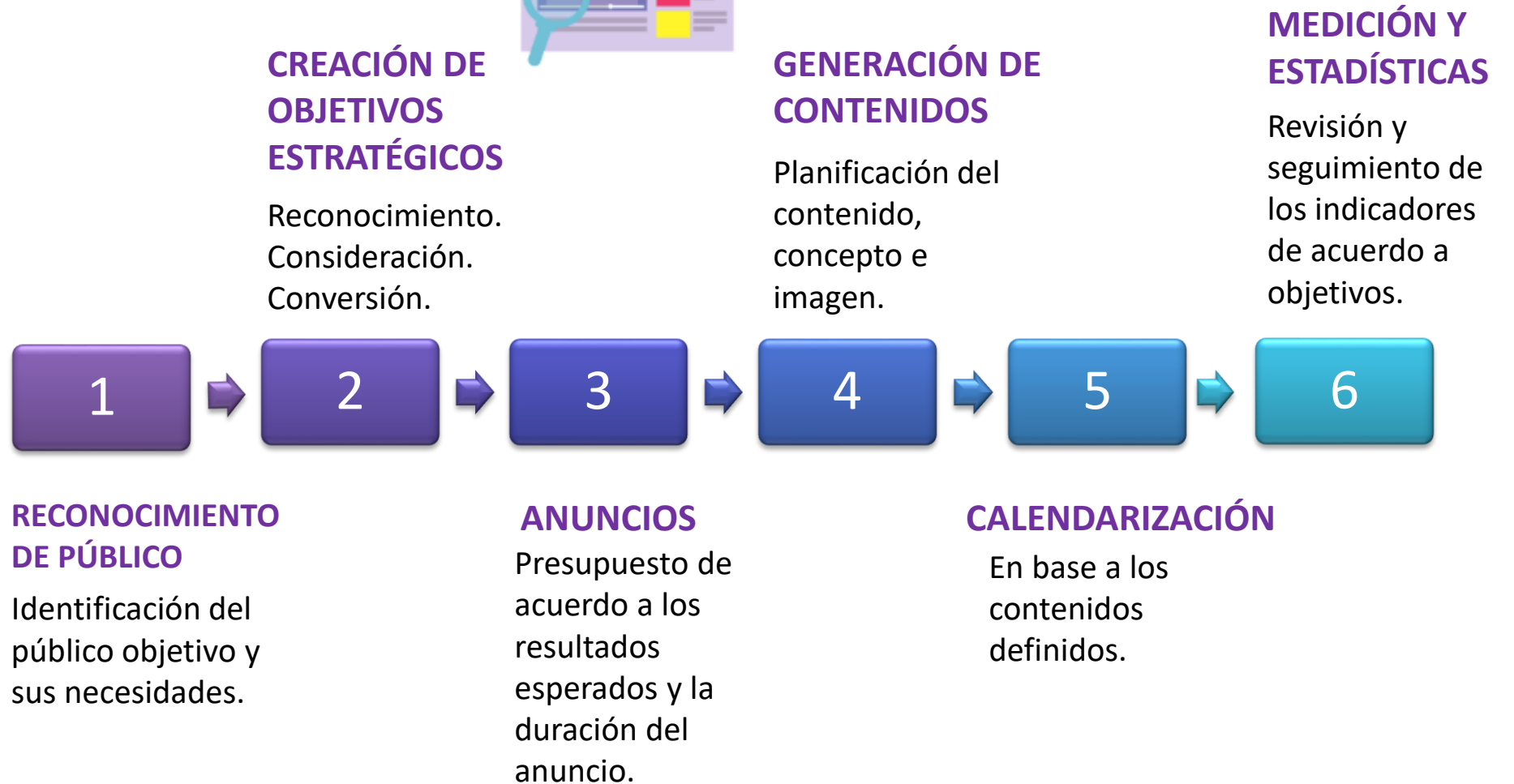
<https://www.canva.com/>

Podes hacer entre otras cosas:

Post Instagram (para el feed).
Stories
Videos.
Logos.
Post para facebook.

VENTAJAS:

- ✓ Medidas correctas y precisas.
- ✓ Ideas conceptuales.
- ✓ Permite subir fotografías.





- Tener **PRESENCIA** en redes sociales permite el crecimiento de marca, generar aprendizaje acerca de los consumidores y generar ventajas sobre la competencia.
- Es importante generar un perfil con una **IDENTIDAD** acorde al objetivo de negocio y a la imagen que quiere comunicar, el **CONTENIDO** debe estar en armonía gráfica, técnica y estratégicamente a las necesidades de la marca.
- Las **INTERACCIONES** dentro de cualquier red social sirven como canal comunicativo directo con los clientes, lo cual permite que se genere un servicio más personalizado.

PROYECTOS CULTURALES

Áreas:

Música

Danzas

Fotográfica

Escritores

Producción audiovisual

Artesanías

MARKETING DIGITAL |

iMuchas gracias!

@brumedia.agencia