



**INGENIEROS INDUSTRIALES**
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

OFICINA
Acelera
pyme

**red.es**
UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

Webinar: Presencia en internet. Atrae al nuevo cliente digital



Objetivo:
**TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE TU EMPRESA**

Duración

2 años (hasta septiembre de 2023)

Objetivo

Ir de la mano de la pyme y autónomos para ayudarles en su transformación digital.

Beneficiarios

Pymes y autónomos. Multisectorial.

Líneas de actuación

de la Oficina de transformación

digital "Acelera Pyme"

Gratuito y acceso libre



FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

VÍDEO PÍLDORAS TECNOLÓGICAS

VISITAS A EMPRESAS Y HABILITADORES TECNOLÓGICOS

SESIONES DE EMPRENDIMIENTO DIGITAL

SERVICIO DE ASESORAMIENTO Y SOPORTE DIGITAL

JORNADAS DIVULGATIVAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Puedes participar en todas las acciones a través de la web WWW.OTDASTURIAS.ES

Dudas, preguntas => chat





Olga Gutiérrez González

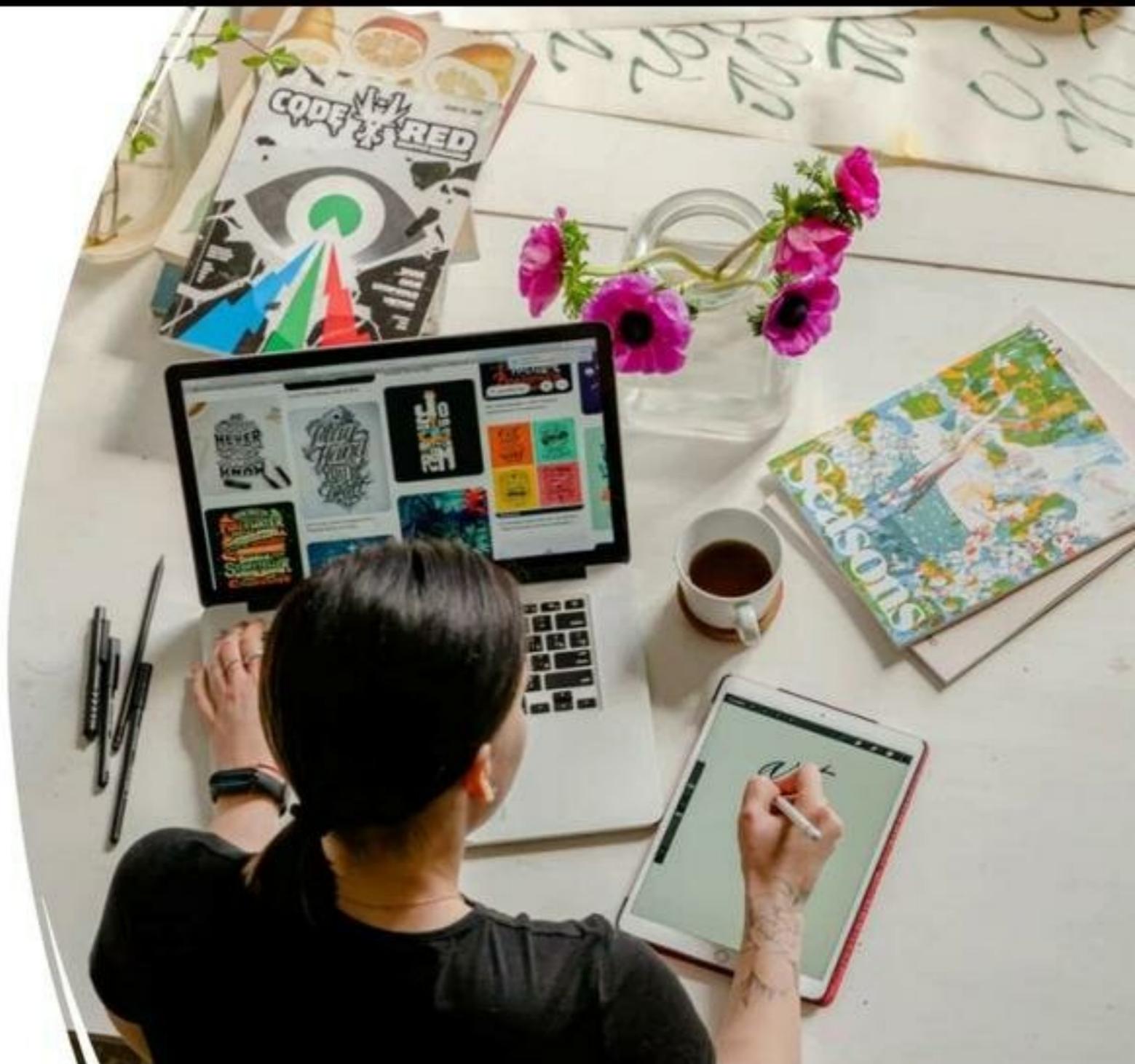
- Consultora y mentora especialista en Marketing, comunicación y transformación digital.
- Experta en Social Media.



Webinar: Presencia en internet. Atrae al nuevo cliente digital

Programa:

- Definición Marketing Digital.
- Beneficios del Marketing Digital.
- Los canales digitales a nuestro servicio:
 - SEO
 - SEM
 - Redes Sociales
- Blended Marketing: Marketing online y offline.





Sede del COIIAS (Oviedo)



Página web

www.otdasturias.es



RRSS

LinkedIn/Twitter/Fb/Instagram @coiias



Correo electrónico

otd@coiias.es

Suscribirse al boletín



Oficina de Transformación Digital “Acelera Pyme”



INGENIEROS
INDUSTRIALES
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

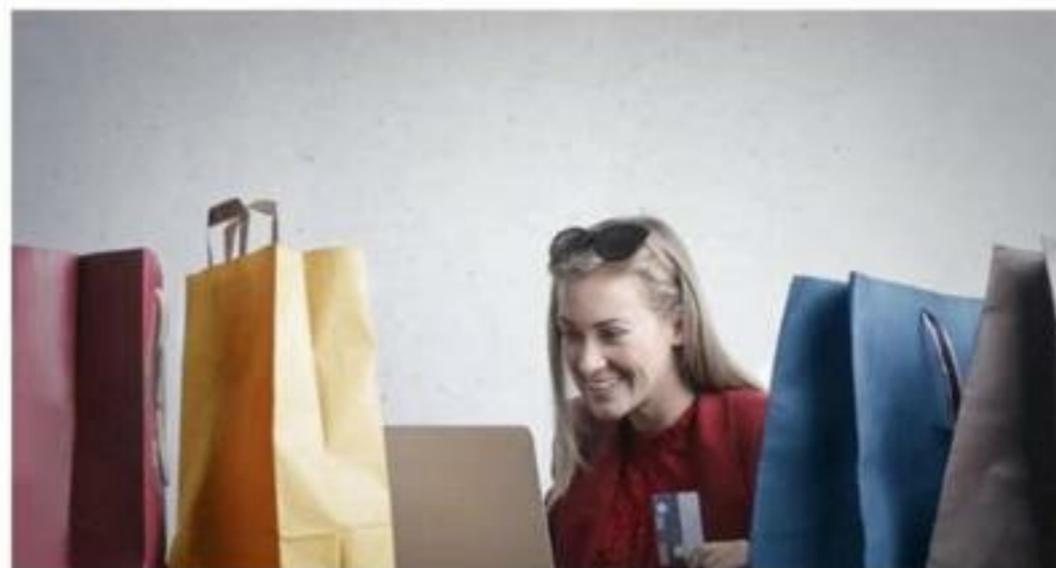
“Una manera de hacer Europa”

Jornada de Transformación Digital:
Conoce a tu nuevo cliente digital

Online | 24 mayo 2022 | 12:00 - 13:30 h.

(Gratis y acceso libre)

[Reserva tu plaza](#)



Agenda

- Conociendo a nuestro nuevo cliente digital.
- Aplicación del mapa de empatía.
- La propuesta de valor (CANVA).



INGENIEROS
INDUSTRIALES
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

¡Gracias por Vuestra
Atención!



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

OFICINA
Acelera
pyme

Oficina de
Transformación Digital
"Acelera Pyme" del
COIIAS

OFICINA
Acelera



INGENIEROS
INDUSTRIALES



Jornada de Transformación Digital:
Presencia en internet. Atrae al nuevo
cliente digital.

Online | 24 mayo 2022 | 10:00 - 11:30 h.

Contenidos

1. Marketing Digital.
2. Beneficios del Marketing digital.
3. Blended Marketing.





Internet estamos ...



...todos

1.-Marketing Digital.



Tipos de Marketing: **Marketing Digital.**



Tipos de Marketing: **Marketing Digital.**

Conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.





INBOUND



VS

OUTBOUND



Tipos de Marketing: **Outbound Marketing.**

Nuevo término para el marketing tradicional acuñado cuando el término inbound marketing se hizo popular.

El vendedor inicia el contacto con el cliente a través de métodos como la televisión, la radio y la publicidad digital. A menudo se utiliza para influir en la conciencia del consumidor y la preferencia por una marca.



Tipos de Marketing: **Inbound Marketing.**

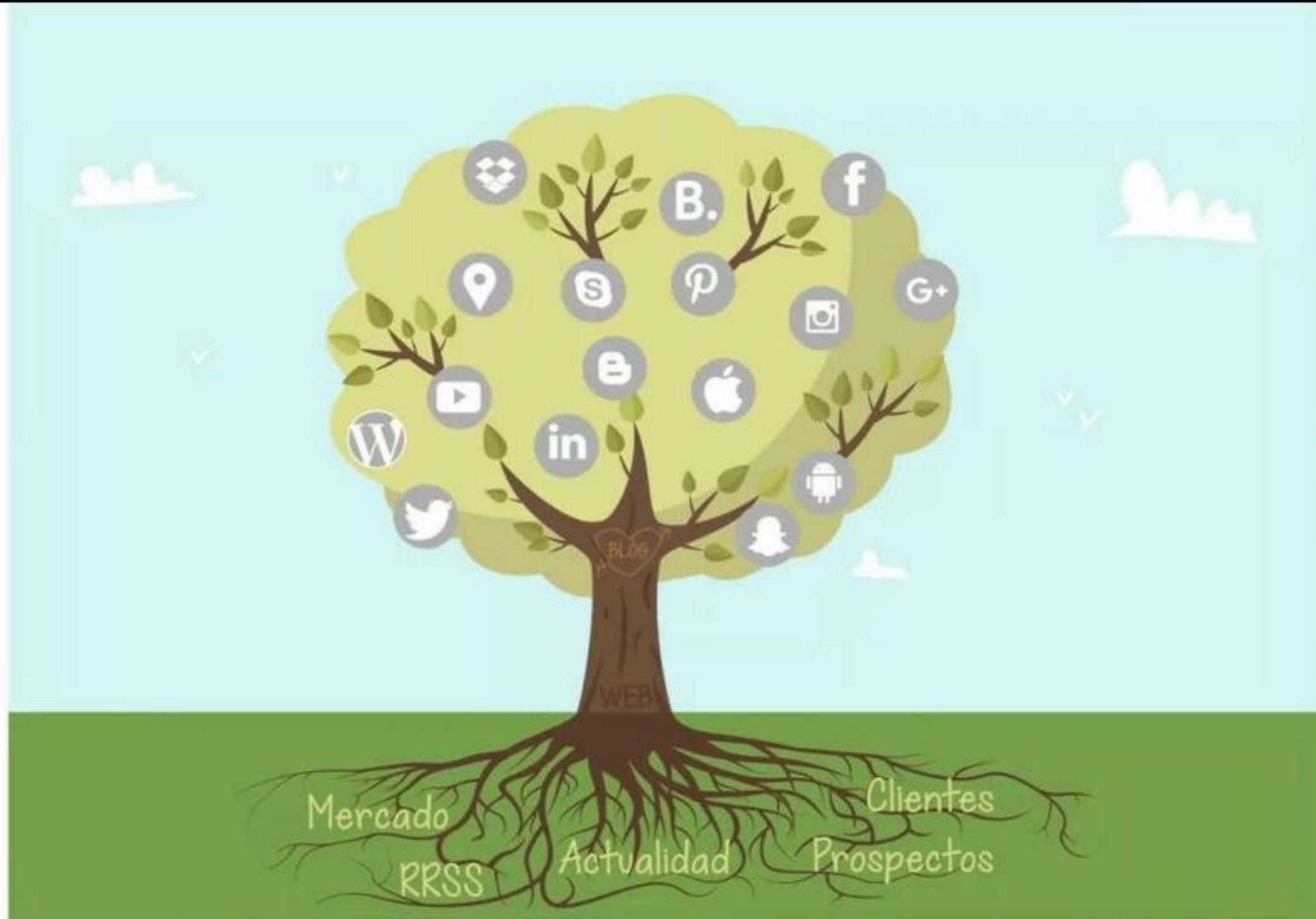


Tipos de Marketing: **Inbound Marketing.**

Es marketing en el que los clientes inician contacto con el comercializador en respuesta a varios métodos utilizados para llamar su atención. Estos métodos incluyen marketing por correo electrónico, marketing de eventos, marketing de contenido y diseño web.

Uno de los propósitos del inbound marketing, que incluye el marketing de contenido, es establecer el negocio como una fuente de información valiosa y soluciones a los problemas, fomentando así la confianza y la lealtad del cliente.





**Antes
de la
compra**

**Durante
la
compra**

**Después
de la
venta**

**Servicio
al
cliente**

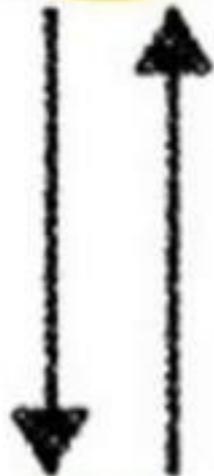
PUNTOS DE CONTACTO DIGITAL



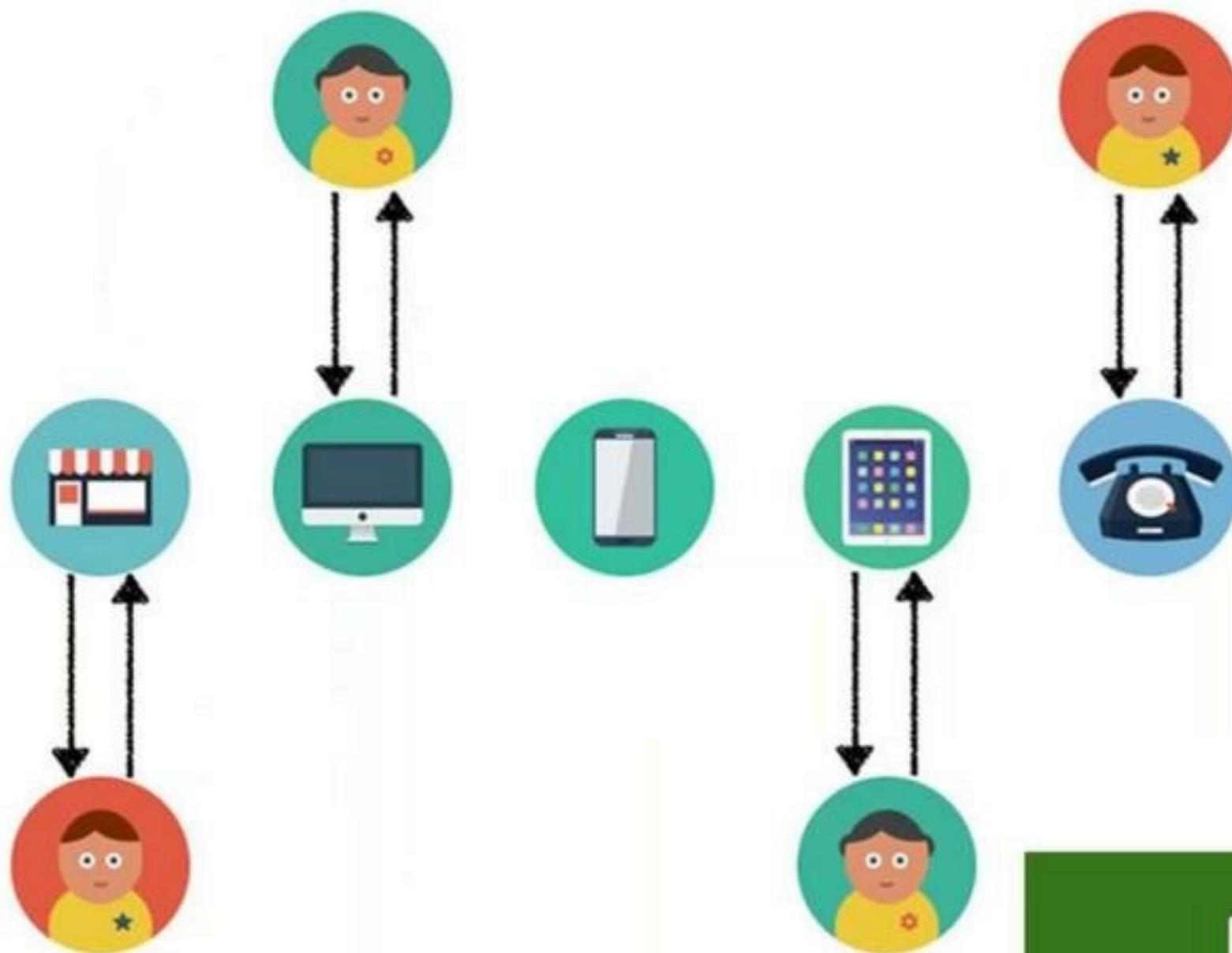
PUNTOS DE CONTACTO OFFLINE

- PUNTO GANADO
- PUNTO TRABAJADO

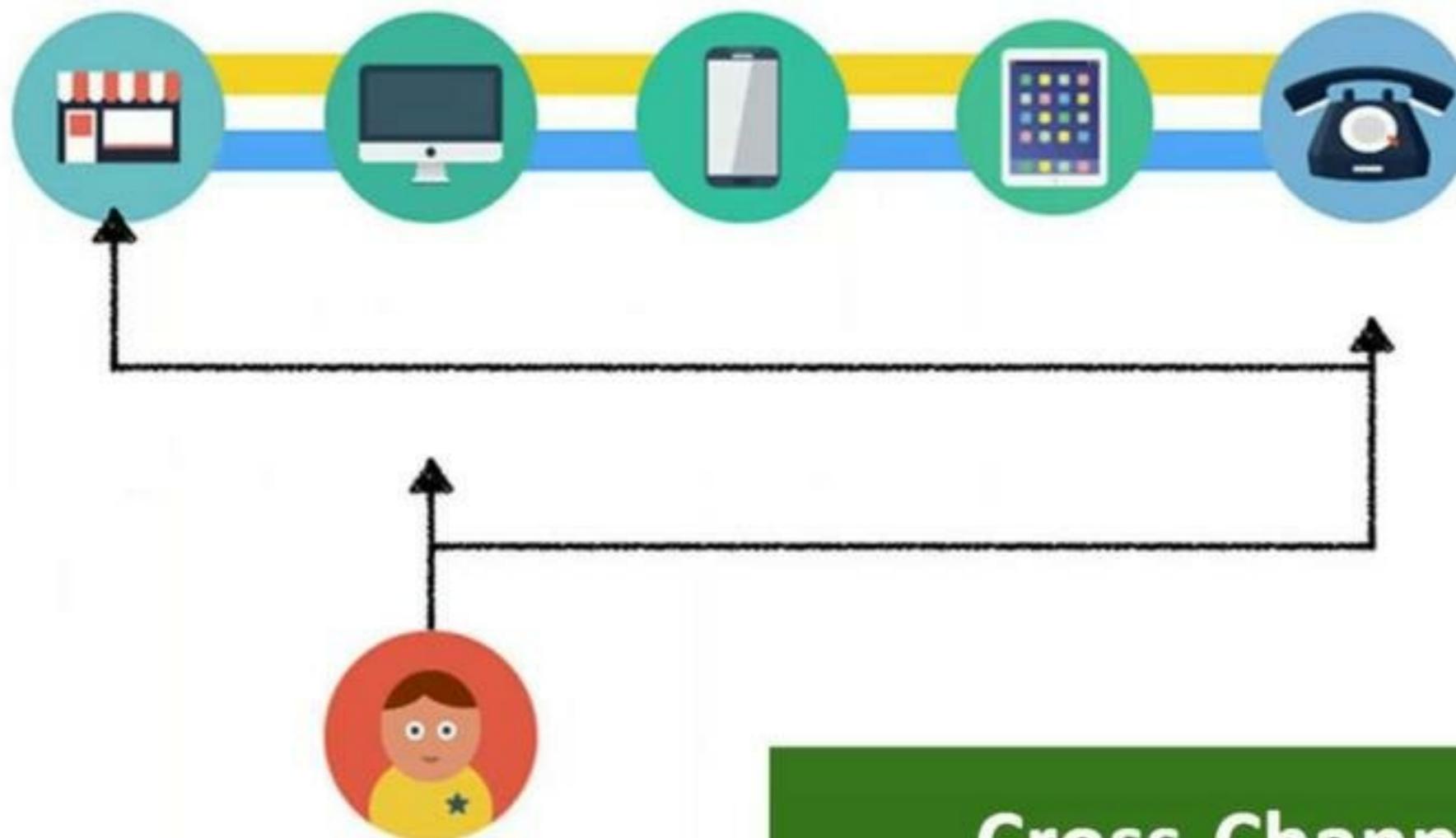




Single Channel



Multi Channel



Cross-Channel



OmniChannel

Omni-Channel

El nirvana del comercio, un punto de desarrollo para el retailer que le permite conectar con sus usuarios de una forma particular y *única: el usuario ya no es consciente de los canales de venta, y permitimos que mantenga una experiencia de compra uniforme a través de todos los canales. Le permitimos que avance en el proceso de compra esté en el canal que esté y en el momento que él prefiera. Los canales no son elecciones, si no distintas herramientas que pueden utilizar nuestros usuarios en función de sus necesidades.*



✓ no se requiere un elevado presupuesto

- ✓ no se requiere un elevado presupuesto
- ✓ internet multiplica exponencialmente el ruido de la campaña
- ✓ incrementa el alcance y no excluye al público sin experiencia digital
- ✓ ...

Para que te encuentren
en internet, trabaja el
posicionamiento web.



**INGENIEROS
INDUSTRIALES**
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



¿Te buscan o te encuentran?



**INGENIEROS
INDUSTRIALES**
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



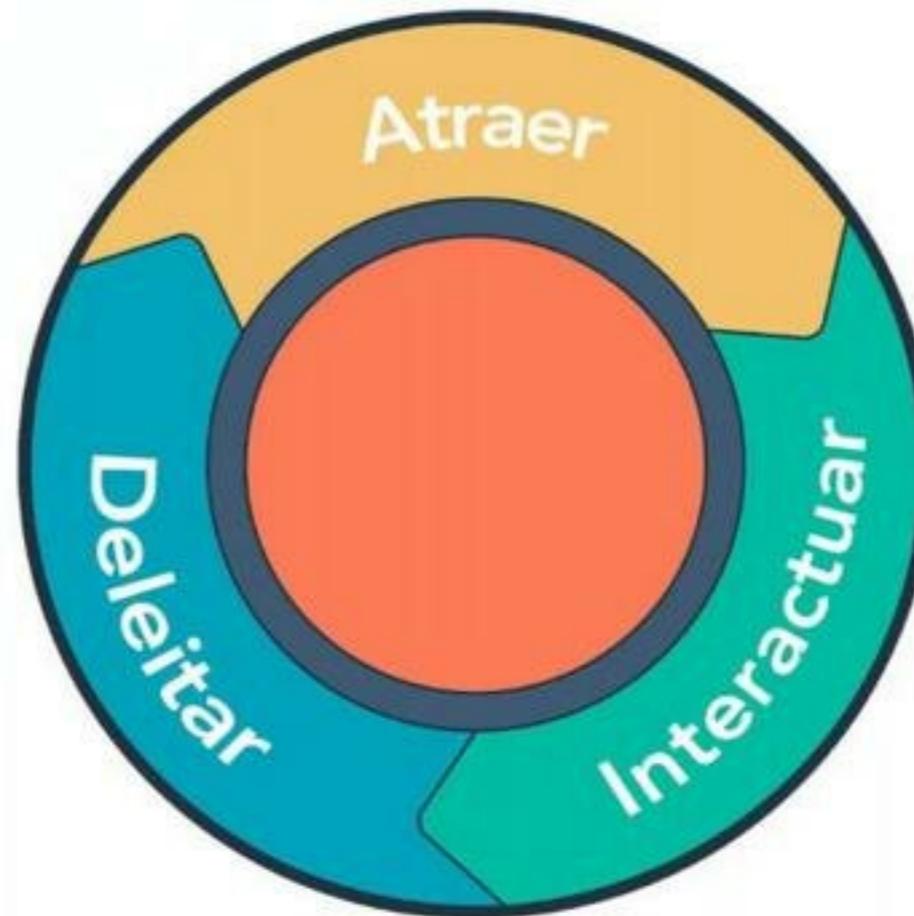
UNIÓN EUROPEA

Herramientas para Atraer

- Anuncios
- Video
- Publicación en blogs
- Redes sociales
- Estrategia de contenido

Herramientas para Deleitar

- Contenido inteligente
- Email marketing
- Bandeja de entrada de conversaciones
- Informes de atribución
- Automatización del marketing



Herramientas para Interactuar

- Flujos de oportunidades de venta
- Email marketing
- Gestión de oportunidades de venta
- Bots conversacionales
- Automatización del marketing

- 1# Publicidad por búsquedas de voz.
- 2# La publicidad móvil sigue aumentando.
- 3# Shoppable posts.
- 4# Realidad virtual, aumentada y mixta.
- 5# Contenido Interactivo.
- 6# Advergames.
- 7# Campañas integradas.

Perfil de empresa



Destaca entre la competencia en Google con un Perfil de Empresa gratuito

Convierte a los usuarios que encuentran tu empresa en la Búsqueda de Google y Maps en nuevos clientes con un Perfil de Empresa gratuito para tu escaparate o zona de servicio. Personaliza el perfil con fotos, ofertas, publicaciones y mucho más.

Gestionar ahora



Guitarras Ramirez

4.5 ★★★★★ (83)

Tienda de guitarras

RESUMEN NOVEDADES ACERCA RESEÑAS FO



LLAMAR



CÓMO LLEGAR



GUARDAR



SITIO WEB



Calle de la Paz, 8 8012
Madrid



Abierto · Hora de cierre 20:00



680 12 22 62



INGENIEROS
INDUSTRIALES
PRINCIPADO DE ASTURIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



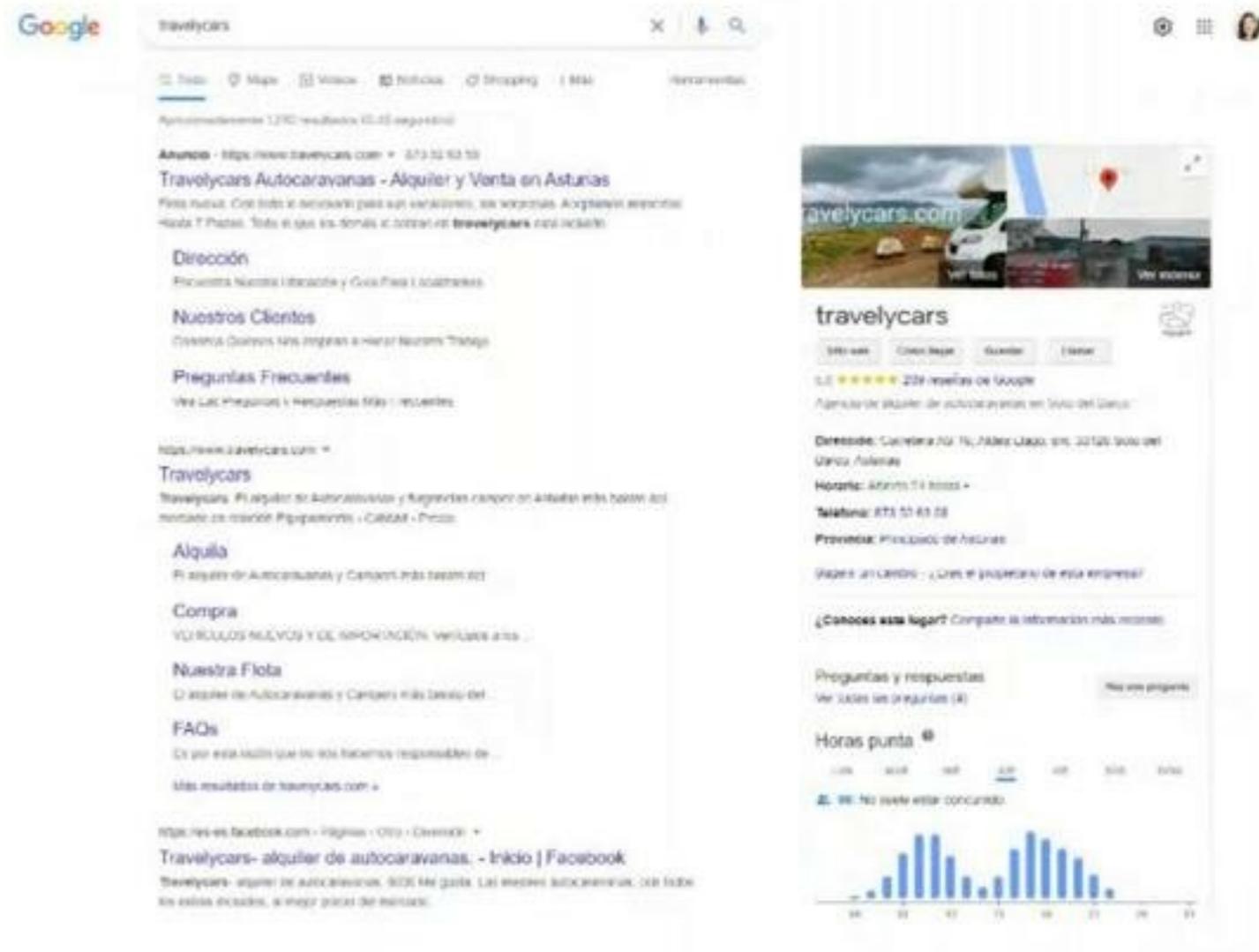
UNIÓN EUROPEA

Perfil de empresa



Perfil de empresa

Es una herramienta gratuita que visibiliza tu negocio a través del buscador de Google o Google maps.



¿Para quién?



Tienda física



Tienda online

Google My Business.

50%

quiere cita o reserva



red.es



Web.

70%



Web.

70%

prefieren un sitio web

Redes sociales.

Perfil:

persona física, grupo empresa

No existe jerarquía

Creación de contenidos

El grupo

3.-Blended Marketing.



Blended Marketing: **Definición.**

Combinación perfecta de estrategias de marketing tradicional (offline) y digital (online) para atraer la atención del cliente potencial y conseguir los objetivos de la empresa.

Se caracteriza porque puede ser utilizado por cualquier tipo de empresa, transmite una imagen global de marca y permite adaptar el grado en el que se utilizan las acciones offline y online en función de la campaña concreta.



Blended Marketing: **Ventajas.**

- ✓ no se requiere un elevado presupuesto
- ✓ internet multiplica exponencialmente el ruido de la campaña
- ✓ incrementa el alcance y no excluye al público sin experiencia digital

Blended Marketing: **Fases.**

- **Definir** con precisión el tono de la campaña para mantener la misma imagen de marca offline y online.
- **Segmentar** cuidadosamente al público al que va dirigida la campaña.
- **Establecer** unos objetivos muy claros y valorar si este tipo de estrategia es rentable para el sector en el que trabaja la empresa.
- **Analizar** los medios de comunicación y elegir los que mejor se adapten al público objetivo.
- Aprovechar los recursos del **marketing online**: *repercusión en redes sociales o las herramientas de analítica para cuantificar los resultados.*

Street Marketing: **Definición.**

También conocido como marketing de guerrilla o marketing no convencional es tremendamente creativo y está destinado a obtener los máximos resultados con los mínimos recursos.

- ➔ Atrapa a tu público objetivo con la guardia baja
- ➔ Evita asociar tu campaña de street marketing con el miedo
- ➔ La creatividad es clave
- ➔ No molestes a tu audiencia
- ➔ Asegúrate de que tus campañas de street marketing sean temporales
- ➔ Mantén la visión y la misión de la marca en todo momento
- ➔ ¡Comparte, comparte, comparte!

Blended Marketing: **Ejemplos.**

**Kellogs
monta en
Londres
una tienda
donde
se paga
con tweets**



Blended Marketing: **Ejemplos.**

RUN
bancos
sin asientos
en los
parques
de la
ciudad



Blended Marketing: **Ejemplos.**

Sporting Instagram #LaUniónNosHaceFuertes



Blended Marketing: **Ejemplos.**

**La Rioja Turismo
y Destinia
colaboran para
promocionar la
región en el
mercado
nacional**



Pulsa  para salir del modo de pantalla completa

Blended Marketing: **¿Ideas?**

Dentista
¿Y si
le añadimos
un código
QR?

