

# Principios fundamentales de Marketing Online

CURSO

Primera sesión.

19 de nov. de 2009

# Índice: ¿Qué vamos a aprender en esta sesión?

---

## ❑ Vamos a ir de lo más genérico a lo más concreto:

- ¿Qué es marketing?
- ¿Qué es marketing online?
- Concepto de Internet: cómo funciona
  - ✓ Dominio
  - ✓ Hosting
  - ✓ Tecnologías
  - ✓ Web 2.0
  - ✓ Internet móvil
- Concepto de página Web / site (sitio)
- SEO / SEM (filosofía)
- Mundo Google:
  - ✓ Google Analytics
  - ✓ Google Adwords
  - ✓ Google Maps
  - ✓ Google Earth
- Un ejemplo de Campaña de Marketing Online

# 1. ¿Qué es marketing?

---

## ❑ UNA DEFINICIÓN TÉCNICA:

- Conjunto de técnicas y actividades orientadas a comunicar, promocional y publicitar los objetivos corporativos y comerciales de la empresa, entendiéndolos como una relación bilateral entre 2 partes.

## ❑ Y.... ¿ESO QUÉ SIGNIFICA EN “CASTELLANO”?

- Simplemente realizar tareas y actividades (internas y externas) para que nuestra empresa sea más conocida y mejor valorada y así ser mejores comercialmente
- Eso como fin último pretende conseguir la satisfacción total de nuestros clientes, proveedores y colaboradores.

## ❑ No nos damos cuenta, pero el marketing está presente diariamente en:

- El momento en que un cliente llama por teléfono: cómo se le atiende, qué se le dice, cómo se le trata.
- El momento que el cliente recibe una factura o se emite un presupuesto: tiempo de respuesta, formato de la factura, presentación del sobre y carta, la etiqueta del sobre, un folleto adicional.... Algunas ofertas de “venta cruzada”, llamada posterior de recuerdo
- En la terminación de los pedidos: etiquetado, limpieza, colocación, etc.
- Cuando cargamos un pedido en un camión: tratamiento, amabilidad, información adicional.
- Ropa de trabajo, rotulación de elementos, etc.

## 2. ¿Qué es marketing online?

---

❑ **Todas las tareas y actividades (internas y externas) que podamos llevar a cabo a través de las nuevas tecnologías (no solamente internet) para promocionar y dar a conocer nuestra empresa.**

❑ **¿Qué podemos hacer con marketing online?**

- Páginas webs
- Envíos a Bases de datos que cumplan la LOPD (propia / comprada):
  - ✓ Newsletters: envío periódico de información a clientes e interesados a través de correo electrónico. De esta forma se les fideliza y se les mantiene informados.
  - ✓ Envío de correos electrónicos promocionales.

**NOTA: EL GRAN PODER (Y LO DIFÍCIL) ES TENER LISTADOS VÁLIDOS Y CUIDADOS DE PERSONAS CON PERFILES AFINES A NUESTROS PROPÓSITOS DE VENTA: LLAMADOS TÉCNICAMENTE LEADS**

- Promociones por móvil: sms / bluetooth / internet móvil
- Inclusión en foros, blogs y redes sociales (FaceBook, Twitter, LinkedIn, etc.)
- Banners y campañas promocionales en otras páginas webs
- Campañas de marketing viral: se llama marketing viral a las acciones de marketing online que tienen como objetivo que se propaguen rápidamente por los usuarios como si fuera un virus (un virus bueno). Se basa en el principio de “boca-oido” (aunque en versión online) y normalmente buscan llamar la atención (conseguir mucha notoriedad en poco tiempo y con poco presupuesto)
- Campañas internas
- Comercio electrónico: vender por la web (requiere soporte y preparación offline: entregas, reclamaciones, etc.)

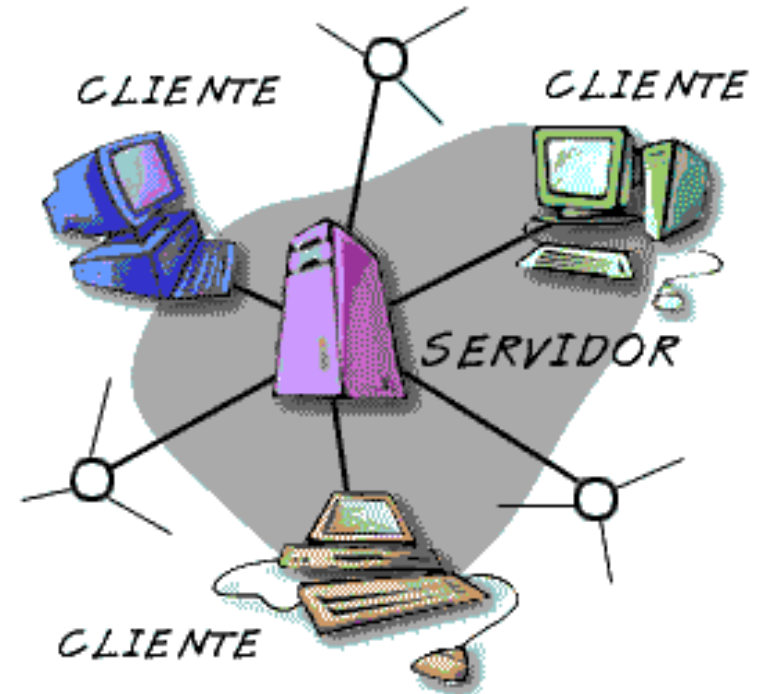
## 2. ¿Qué es marketing online?. Ventajas

---

- ❑ Hoy en día NO se contempla ninguna campaña promocional importante sin presencia global en medios (marketing online y marketing offline).
- ❑ Lo realmente difícil y lo que verdaderamente aporta beneficio al cliente es mezclar ambos mundos en una combinación perfecta que lleve al éxito.
- ❑ Pensar en la complementariedad de una campaña en los diferentes mundos se llama marketing 360° (también se usaba el concepto *Bellow de line*, pero cada vez menos)
- ❑ A pesar de lo explicado anteriormente es evidente que las ventajas del marketing online respecto al marketing offline son muchas:
  - Es medible (resultados, tendencias, evoluciones, etc.),.... Y medible “al instante”
  - Es modificable y escalable. Podemos rectificarlo o ampliarlo según veamos la evolución de las acciones
  - Genera información de mucho valor (leads propios, datos de navegación, etc.)
  - Es totalmente segmentable (afinidad a nuestro *target*) y por tanto mucho más efectivo
  - Es más económico a largo plazo
  - Es más atractivo visualmente
  - Es interactivo
  - Mantiene un fuerte concepto “viral” (muy interesante)
  - Es el medio que más crece, además en algunos segmentos de población está desplazando a la TV como primer medio de entretenimiento. El crecimiento de la penetración es espectacular

### 3. Concepto de internet: ¿cómo funciona?

- ❑ Internet es un conglomerado de servidores de diferente tipo, marca y sistema operativo, distribuidos por todo el mundo y unidos a través de enlaces de comunicaciones muy diversos. La gran variedad de ordenadores y sistemas de comunicaciones plantea numerosos problemas de entendimiento, que se resuelven con el empleo de sofisticados protocolos de comunicaciones.
- ❑ Para que estos servidores se “entiendan” se requiere que cada uno disponga de una “matrícula” personal y inequívoca: Esta matrícula se llama dirección IP y tiene una estructura parecida a esta: 192.132.10.1.
- ❑ Como es poco “comercial” que llamemos a un servidor por su IP lo que se hace es asignar una DNS (nombre comercial más legible) a esta matrícula. Es decir mi DNS es adraba.com y mi IP es 192.132.10.1



### 3. Concepto de internet: ¿cómo funciona?

---

#### ❑ Dominio:

- El dominio es un “nombre” que reservamos con la idea de que sirva para nuestra página web (adraba.com).
- Cada país tiene un organismo certificado que se encarga de gestionar esas reservas: en España es el SNIC pero por comodidad la gente suele reservar estos nombres a través de “comercializadores” que se encargan de todos los papeleos con en SNIC en tu nombre.
- Hay diferentes dominios:
  - ✓ Adraba.es: territorial de españa
  - ✓ Adraba.com: es el genérico, inicialmente hacía referencia a la palabra inglesa “commercial”
  - ✓ Adraba.tel: especial para internet móvil
  - ✓ Adraba.cat: territorial de Cataluña. Durante un tiempo era un pequeño truco catalán
  - ✓ Adraba.org: se supone que hace referencia a organizaciones no gubernamentales sin ánimo de lucro pero esto es solamente la teoría.
  - ✓ Hay muchos más...
- Normalmente un dominio se asocia a un site (sitio web). Es decir a un dominio le asociamos los contenidos de nuestro site: Hay que distinguir entre Site (sitio) y página web.

## 3. Concepto de internet: ¿cómo funciona?

---

### ❑ Hosting:

- El hosting es el espacio físico (en un servidor donde se alojarán tus contenidos web / correo / etc.)
- Se puede tener todos los servicios juntos en un mismo hosting o cada servicio separado: la web en un sitio, el correo en otro, etc.
- Lo normal es que una empresa contrate con un ISP un hosting (espacio) determinando dentro de la oferta de servidores que tiene este ISP. La empresa contratará un espacio con unas características u otro dependiendo de lo que necesite en su web: espacio en megas, linux o Windows, con BBdd o si ella, etc.
- Los hostings que se contratan con un ISP (recomendable en territorio español) tienen ventajas e inconvenientes:
  - ✓ Ventajas:
    - Te despreocupas de ataques hackers, etc. ya que es el ISP quien te da ese servicio
    - Son baratos y rápidos de contratar
    - Te dan herramientas adicionales para la gestión de tu espacio: plantillas, etc.
    - Técnicamente el Servidor ya tiene instalado todo lo que necesitas
  - ✓ Desventajas:
    - El servidor es compartido con otros clientes del ISP por lo que tienes restricciones para no “fastidiar” a los demás.
    - No puedes instalar todo lo que quieras

## 3. Concepto de internet: ¿cómo funciona?

---

### ❑ Tecnologías:

- El servidor en que tenemos nuestra web puede ser básicamente de 3 tipos: Windows / Java / Linux
  - ✓ La diferencia es que el primero y el segundo se basan en un software licenciado y el tercero se basa en “código abierto” (participativo). Sobre esta base el resto de complementos se instalan.
- Para construir nuestra web nos debemos basar en lo que nuestro “hosting” soporte. La web puede estar construida bajo:
  - ✓ HTML: es el lenguaje básico (las páginas tienen terminación .html)
  - ✓ JAVA SCRIPT: trocitos de lenguaje enriquecido incluidos en el HTML
  - ✓ JAVA (no confundir con el anterior): Las páginas tienen terminación .jsp
  - ✓ Windows: Las páginas tienen terminación .asp
  - ✓ Linux: las páginas tienen terminación .php
  - ✓ Las páginas pueden ser enriquecidas con imágenes y/o animaciones en diferentes formatos visuales: flash, jpg, gif, png, etc

## 3. Concepto de internet: ¿cómo funciona?

---

### ❑ ¿Qué es la Web 2.0?

- El futuro de la web.
- Es un concepto propiciado por las posibilidades que dan las nuevas formas de programación por el cual el usuario “interactúa” más con la web: redes sociales, foros, chats, blogs, videos, juegos, etc.

### ❑ Internet Móvil

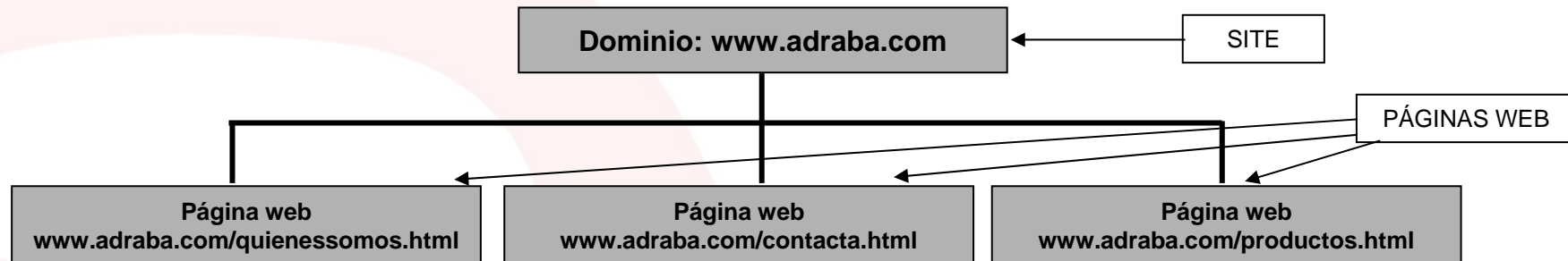
- Las nuevas tecnologías que se perfeccionan día a día permiten actualmente que la gente acceda a internet desde su móvil de forma muy fácil. Sin embargo los contenidos de nuestra web deben adaptarse para que se vean bien en estos terminales.

### ❑ Problemática en la dinamización de los contenidos

- Actualmente la cantidad y rapidez en que se actualizan los contenidos de una web hace poco operativo tener una site “estático” en que cada cambio a realizar se tenga que hacer “a mano” a través de un informático o de la empresa de diseño web que nos ha hecho la página. Por ello se tiende a montar los sites con soporte de “Gestor de Contenidos” (también llamado Herramienta de gestión de contenidos o CMS). Esto permite que el cliente gestione su web como quiera sin necesidad de contar con nadie externo (generar páginas y noticias, menús, banners, artículos, imágenes, enviar newsletters, etc.) Inicialmente es más caro pero en el medio y largo plazo en mucho más barato.

## 4. Concepto de página web

- ❑ Un site es un conjunto de páginas web que cuelgan de un mismo “dominio”.



- ❑ En el lenguaje común todos mezclamos los conceptos “site” y “página web” al hablar

## 5. La esencia del marketing Online: SEO /SEM

---

- ❑ **Un motor de búsqueda es un buscador: google, altavista, yahoo, etc. por el que todos (como usuarios) buscamos en Internet lo que necesitamos en ese momento.**
- ❑ **Comercialmente es muy importante que nuestra web se vea en la búsqueda que hace cada usuario:**
  - Por la segmentación del perfil de usuario. NO es como en otros medios más generalistas que no tienen definido tan bien el usuario.
  - Porque la efectividad de nuestra presencia es mucho mayor en relación calidad/precio.
  - Porque si no estamos NO existimos
- ❑ **En España en 98% de los usuarios hacen sus búsquedas por google. Por ello los esfuerzos de las empresas en aparecer en la web se centran casi exclusivamente en aparecer en google (sin olvidar el resto de posibilidades)**

**NOTA: Conscientes de la importancia, Ádraba está en estrecho contacto con Google como Re-seler o Agencia reconocida y está en proceso de conseguir la certificación oficial de Google como Agencia**

## 5. La esencia del marketing Online: SEO /SEM

---

### ❑ Para “existir” en una búsqueda de google tenemos 2 métodos:

- SEO: Search Engine Optimization (optimización en motores de búsqueda). O posicionamiento natural. Este posicionamiento es el más difícil de conseguir y el más valioso, se logra a través de muchos factores que Google tiene en cuenta (fórmula secreta con variables de Google):
  - ✓ Cuidado de la programación de nuestro site
  - ✓ Actualización periódica de contenidos: importancia de contenidos NO comerciales (informativos)
  - ✓ Enlaces de entrada y salida a nuestro site y su relación con el “Page Rank”
- SEM: Search Engine Marketing (marketing en motores de búsqueda). O posicionamiento de pago (también llamado enlaces patrocinados). Es un invento comercial de Google que permite aparecer en la primera página de búsqueda con una opción de pago.
  - ✓ Este sistema se llama Google Adwords
  - ✓ Funciona con un sistema de apuestas y presupuesto diario con multitud de parámetros que podemos controlar:
    - Palabras claves por las que queremos pagar
    - Geografía
    - Horario
    - Lugar de ubicación (opción de red de contenidos)
    - Etc.

# 5. La esencia del marketing Online: SEO /SEM

The screenshot shows a Google search for "puertas cortafuego" in Internet Explorer. The search results are categorized into two main groups:

- SEM (Search Engine Marketing):** Indicated by a box labeled "SEM" with an arrow pointing to the "Enlaces patrocinados" section on the right. This section includes sponsored results such as "Ignifugados Técnicos", "Puertas industriales", "Sistema Contra Incendios", "PUERTA CORTAFUEGO", "PUERTAS METAL-DOOR, S.L.", "Puertas Cortafuegos", and "Puertas Industriales".
- SEO (Search Engine Optimization):** Indicated by a box labeled "SEO" with an arrow pointing to the organic search results on the left. These results include "Puertas Cortafuego" from Aatocha.com, "Puertas y Cerramientos" from duroflama.es, "Puertas Cubells", "Puerta cortafuegos Ignistop E", "Puerta cortafuegos -", "PUERTAS CORTAFUEGOS o Puertas RF (resistentes al fuego)", "PUERTAS CORTAFUEGOS EI/ADO", and "TALLERES JOSE ARROYO, S. L.".

## 6. Mundo Google

---

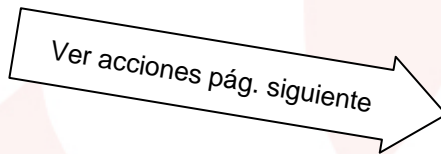
❑ **El omnipresente y todopoderoso Google nos ofrece, de momento, unas excelentes herramientas que nos facilitan el control y el posicionamiento de nuestra web:**

- Google Analytics (os nuestro ejemplo):
  - ✓ es una herramienta que nos permite saber las estadísticas de acceso a nuestra página web:
    - Páginas más vistas
    - De donde nos visitan los usuarios
    - Dónde están los banners que mejor nos funcionan
    - Tiempos de visita
  - ✓ Esta información es muy valiosa y nos da muy información comercial
- Google Adwords
- Google Maps: nos permite integrar mapas con información comercial en nuestra web
- Google Earth y Google Street: otro mundo!

## 7. Un ejemplo de campaña de marketing Online

---

- ❑ Un fabricante de puertas cortafuegos nos pidió ayuda para intentar dinamizar la venta de uno de sus productos. Disponían de un gran stock que querían eliminar de sus almacenes para poder almacenar sin problema un nuevo producto que se estaba fabricando.
- ❑ El coste de acciones offline era muy elevado: páginas en prensa especializada, folletos, mailings directos etc. Además las experiencias previas habían demostrado la escasa efectividad de estas acciones
- ❑ Se optó por una solución Online cuyo coste total fue inferior a cualquier tipo de opción offline. Aún así la campaña se completó con alguna acción offline de bajo coste
- ❑ El resultado de la campaña fue excelente así como muy medible y “reaprovechable para posteriores ocasiones



## 7. Un ejemplo de campaña de marketing Online

---

### ❑ Las acciones realizadas fueron:

- En el sitio web del cliente se construyó una página especial que explicaba la oferta y que fue la página de aterrizaje (landing page) de diferentes vías. La página contenía un formulario y otros datos de contacto así como la misma oferta en formato imprimible en PDF (siempre hay que dar diferentes opciones)
- Se dio de alta durante 2 semanas una campaña de google Adwords
- Se incluyó un texto-enlace con la oferta en todas las firmas de correo electrónico de los empleados de la empresa
- En el sitio web del cliente se puso un pequeño banner haciendo referencia a la oferta
- Se pusieron varios banners en otros sitios webs que se consideraron interesantes
- Se envió un correo electrónico “maquetado” y comercialmente adecuado a todo el listado de contactos con correo electrónico de los que disponía la empresa
- Se envió otro correo electrónico “maquetado” y comercialmente adecuado a una Base de Datos cualificada que fue suministrada por un proveedor de confianza
- Se emitió una nota de prensa a medios online especializados haciéndose eco de la oferta
- Se buscaron otras formas de publicitarse vía internet (portales, páginas web, redes sociales etc) donde hacerse eco de la oferta
- Todos los interesados que se recibieron vía tlf, e-mail y fax fueron contactados a los 3 días con otro correo electrónico informando de la inminente caducidad de la oferta (acelerador)
- El éxito de la campaña permitió, posteriormente, lanzar una web de venta online de estos productos

**ádraba**  
MARKETING & COMUNICACIÓN



**[www.adraba.com](http://www.adraba.com)**

© septiembre 2009 Ádraba, marketing y comunicación. Información confidencial