



talleres pre

Estrategía Digital
Puerto Serrano, 29 de Mayo



@andalucialab
@mjreyesrios

Llegó Internet....



Nuevo mercado



Un nuevo fenómeno invade el mercado, la industria y la sociedad.

No se compete por la calidad de los productos sino por la calidad de la experiencia a comprarlos y consumirlos

Cambio en los hábitos de consumo

Nuevos usuarios



Multicanal

Permanentemente conectado

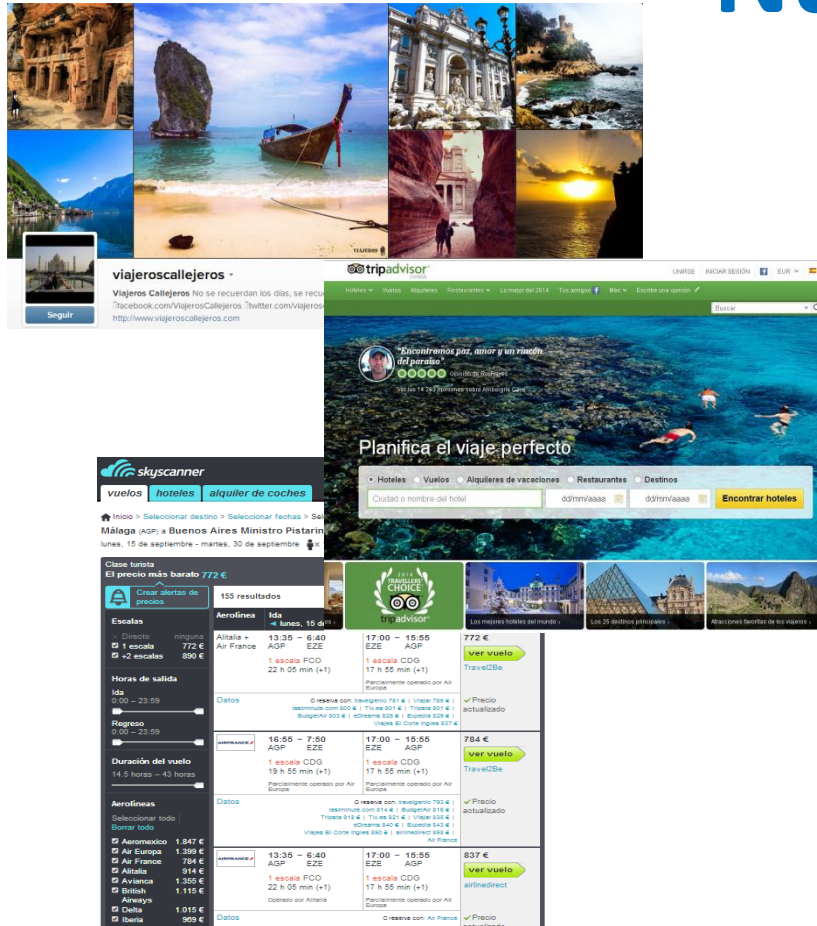
Más informado que nunca

Más exigente

No tiene tiempo



Nuevos usuarios



Compartir contenido

Compartir opiniones

Sensible al precio

Captar su atención no es fácil



¿Qué es Internet?

“Internet es :

- un Medio de Comunicación,
- un Canal de Distribución y
- un Medio de Interacción

en definitiva un **Entorno de Relación**,
complementario, pero a tener en cuenta, en la
estrategia global de cualquier empresa”



Según Harris Interactive:

- Internet es el medio con **más influencia** en los consumidores.
- Internet es determinante a la hora de **tomar decisiones**
- Internet permite **ahorrar**.



El medio digital se ha establecido ya como la **principal fuente de información** a la hora de comprar, **la más fiable y la más conveniente**, ya que permite **comparar precios y ahorrar** más dinero a la hora de comprar.

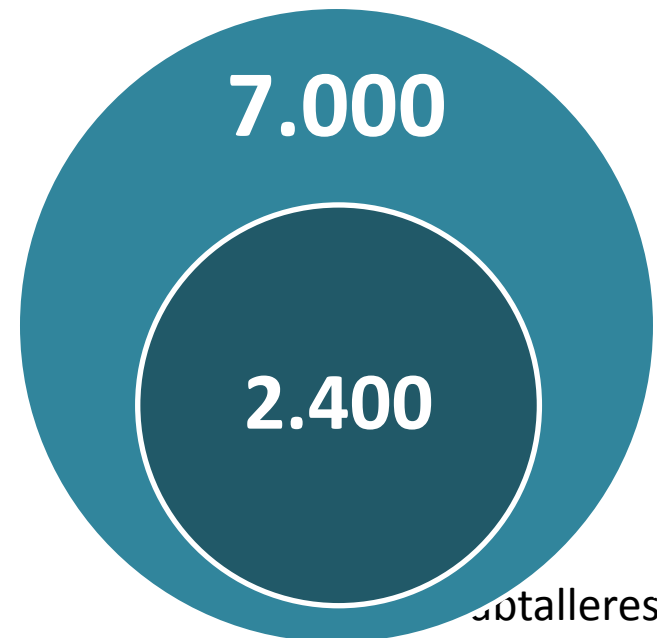
#prelabtalleres

Usuarios de Internet



✓ Según Naciones Unidas la población mundial es de unos **7.000 millones de personas**

✓ Según [Royal Pingdom](#) la audiencia de Internet en el mundo es de unos **2.400 Millones de usuarios**



Internautas en España



% Internautas (más de 15 años)
69,9% → 27,2MM pers.

% Internautas (más de 10 años)
75,2% → 29,3MM pers.



¿Hay mercado?



15,2 millones de personas han comprado por Internet en España

Volumen de comercio electrónico ha sido de 12.383 millones de euros

Los sectores que lideran el negocio online son los relacionados con el turismo y el ocio

crecimiento b2c

B2C 2012
12.383 Mill. €

Δ 13,4%

Internautas 2012

27,2 Mill.

69,9% (pob. ≥ 15 años)

Δ 3,6 p.p.

Internautas compradores 2012

15,2 Mill.

55,7% (pob. internauta)

Δ 5 p.p.

Gasto medio por internauta comprador 2012

816 € en 2012

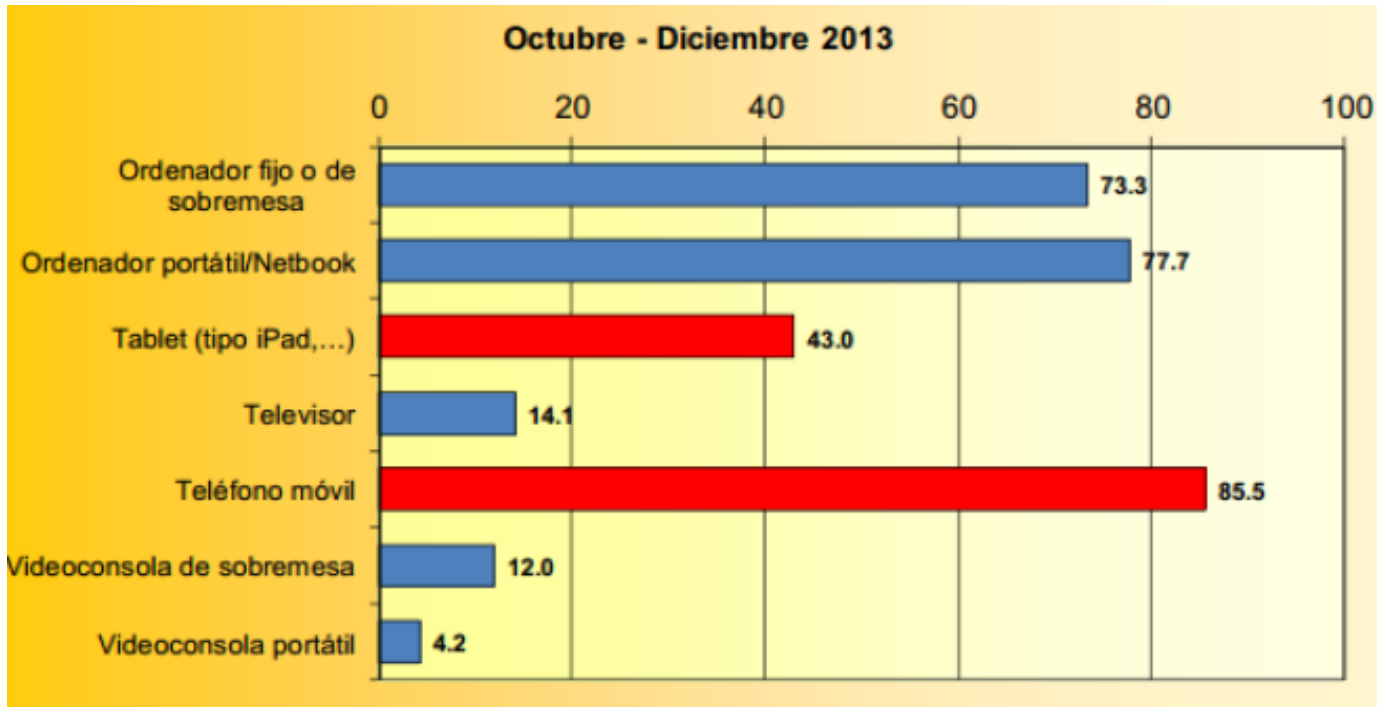
828 € en 2011

∇ 1,4%

crecimiento b2c



Equipos de acceso a internet



Fuente: Asociación para la investigación de medios de comunicación



- El sector turístico y las actividades de ocio siguen siendo claves en las compras on-line.
- Las compras de billetes de transporte o reservas de alojamientos, lideran las compras on-line
- El comercio electrónico desde dispositivo móvil aumenta en España un 15,1%

Más datos relevantes

Barómetro del Comercio del Consumidor



El papel que desempeña Internet en el recorrido que realiza el consumidor desde la búsqueda de información hasta la compra

El Consumer Commerce Barometer o barómetro de comercio del consumidor (CCB, por sus siglas en inglés) es una herramienta de investigación gratuita que proporciona información sobre los consumidores de varios países y de varias categorías de productos. Esta herramienta permite entender cómo utilizan Internet los consumidores en el proceso de búsqueda de información y de compra de distintos productos.

CCB Acerca de CCB Base de datos de conocimientos Registrarse

Consumer Commerce Barometer

Países 0 seleccionado(s) Franjas de edad Todos Sexo Todos Uso de Internet Todos

Categorías/productos 0 seleccionado(s)

Preguntas (condición: los consumidores deben haber comprado un producto de las categorías seleccionadas en los 12 meses previos a la entrevista) 0 seleccionado(s)

expand options restablecer formulario Mostrar gráfico

- El **42%** de los internautas realizó reservas on line
- El **68%** buscó información en internet sobre un producto antes de comprarlo en una tienda
- El **51%** utilizó Internet en primer lugar para buscar información de un producto
- El **44%** solo compro un producto después de buscar información en Internet
- El **63%** utilizó un motor de búsqueda para informarse de sobre productos

Internet ya no es una opción



La red se ha convertido en el canal, en el camino a seguir si queremos seguir siendo **competitivos** y ofrecer mayor **valor añadido** a nuestros clientes.

Presencia de las Pymes en Internet



Presencia de las Pymes en Internet



España

- Pymes y grandes empresas 67%
- Microempresas 25,9%

Andalucía

- Pymes y grandes empresas 69%
- Microempresas 24,7%

Nota : Pymes y grandes empresas (10 y más trabajadores)
Microempresas (0 a 9 trabajadores)



¿Por qué tener presencia en Internet?

Para **vender** y ofrecer sus
productos



**Una sola venta
conseguida, amortiza
de por vida su
marketing en Internet.**

- Mayor mercado:
 - Local
 - Mayor cobertura geográfica
- Diferenciación frente a la competencia
- Nuevas oportunidades de negocio:
 - Demanda de productos
 - Nichos y micronichos
- Información actualizada de la empresa



- Por ofrecer servicio 24 horas al día, 7 días a la semana.
- Mejora la comunicación con el cliente

- Para anunciar interactivamente su negocio
- Reducción de la inversión necesaria para llegar a los clientes potenciales



- Medición de resultados



¿Qué frena a las Pymes para estar presente en internet?

Razones para **no** tener presencia en la Web

Coste elevado: gran inversión económica



Inversión de tiempo en su mantenimiento.

Porque no la necesito para mi negocio (poca rentabilidad)



¿Cómo?

¿Cuánto cuesta?



¿Cómo??

Estar en internet es **necesario**, pero **no suficiente**.



Hay que estar, **SÍ.....pero bien**

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados

#prelabtalleres



Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados



Análisis de situación



- **Externo:** La empresa desde fuera, análisis del entorno político, económico, social y tecnológico. *Oportunidades y Amenazas*
- **Competitivo:** Estudio de los principales competidores, presencia online, posicionamiento, identificar buenas y malas practicas
- **Interno:** procesos de negocio, implementación de tecnologías, personal, etc. *Fortalezas y Debilidades*

Análisis de situación

MATRIZ DAFO:

permite visualizar y resumir la situación actual de la empresa

	POSITIVO	NEGATIVO
A. INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
A. EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados



Qué: Objetivos



Determinar nuestros **objetivos:**

- Vender
- Aumento de la notoriedad de nuestra marca o producto
- Posicionamiento de éstos
- Captación de nuevos clientes
- Fidelización de clientes actuales

Todo objetivo que queramos conseguir de internet, debe ser **medible y cuantificable.**

Qué: Objetivos

FUERTE HOTELES

Inicio | Mis Reservas | Contacto | Español

Hoteles | Apartamentos | Destinos | Ofertas | Grupo El Fuerte

Semana Santa en Andalucía

desde **87€**

RESERVA AHORA >>

Esta Semana Santa, escápate al mejor precio

RESERVA AQUÍ

RESERVAS Profesionales

Seleccione Hotel / Apto

- Seleccione -

Entrada Salida

09 Abr 2012 10 Abr 2012

Habitaciones

1 1 noche

HABITACIÓN 1:

Adultos Niños

2 0

> Código promocional

VER DISPONIBILIDAD

¡Mejor precio garantizado!

Central de reservas
+34 952 920 028
Contacto vía Skype

Oferta relacionada

¿Por qué reservar en fuerte Hoteles.com?

Los mejores precios
Sin cargos de gestión, no somos intermediarios.
[Ofertas Especiales](#) y [Mejor Precio Garantizado](#).

Sin cargos en tarjeta de crédito

LA COLECCIÓN EXPOSICIONES TEMPORALES ÁREAS DEL MUSEO NOTICIAS AGENDA

mpm

INFORMACIÓN

VISITA SERVICIOS LA FUNDACIÓN EL EDIFICIO PROTECTORES EVENTOS PARA EMPRESAS PERFIL DEL CONTRATANTE

Dirección **PLANTA**
Palacio de Buenavista
c/ San Agustín, 8. 29015 Málaga, España
Información General: (34) 902 44 33 77
info@museopicassomalaga.org

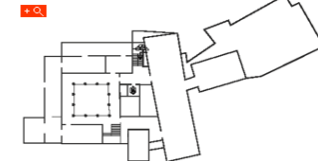
Horario
De martes a jueves: de 10:00 h. a 20:00 h.
Viernes y sábados: de 10:00 h. a 21:00 h.
Domingos y festivos: de 10:00 h. a 20:00 h.
Apertura extraordinaria los lunes 2 y 30 de abril y todos los lunes de julio y agosto de 10:00 h a 20:00 h.
24 y 31 de diciembre: de 10:00 h. a 15:00 h
Cerrado lunes, el 25 de diciembre y el 1 de enero.

Día gratuito de apertura: 27 de octubre, Aniversario del MPM.
La taquilla permanecerá abierta hasta media hora antes del cierre del Museo.

Normas para la visita al Museo
No se permite:
- Fumar en el interior del Museo
- Hacer fotos y vídeos
- Animales excepto perros guía
- La entrada en traje de baño
- El uso de teléfonos móviles en el interior de las salas
- Comida y bebida
- Tocar las obras de arte

Tarifas
Colección: 6,00 €
Exposición: 4,50 €
Combinada: 9,00 €

PLANTA PRIMERA



PLANTA BAJA





Soluciones Ecommerce

Demos Tecnológicas

Eventos Formativos

Biblioteca Recursos

Publicaciones

Emprendedores

Blog



// Demostraciones Tecnológicas

Experimenta las Tecnologías Turísticas

Conoce de forma práctica, interactiva y amena como puedes utilizar las nuevas tecnologías para potenciar de forma efectiva tu negocio turístico.



Eventos

- 29 MAY** / pre-Labtalleres **Hacia una comunicación turis...**
MARBELLA, MÁLAGA
- 30 MAY** / pre-Labtalleres **Usos de Smartphones y tablets...**
MÁLAGA, MÁLAGA
- 04 JUN** / pre-Labtalleres **Analítica Web**
MARBELLA, MÁLAGA



ver todos los eventos

// Solicita información



Entrar

REGÍSTRATE Y CONOCE NUESTROS SERVICIOS Y RECURSOS FORMATIVOS

Andalucía Lab ofrece servicios de **Innovación en Turismo** para aumentar la competitividad a través de Internet y acciones formativas especialmente dirigidas al sector turístico. Tanto si eres un profesional del sector, como si trabajas en una administración pública o perteneces al sector educativo, aquí encontrarás recursos de tu interés relacionados con la innovación en turismo.

// Soluciones Ecommerce



Webtrainer con Jimdo

Webtrainer 2013 ayuda a pequeños empresarios y profesionales a construir su presencia digital, independientemente de cuáles sean sus conocimientos previos.

Leer más

// Blog Innovación en Turismo



¡Nuestro equipo humano está triste!

¿Cómo logramos motivar a las personas? ¿Cómo podemos conseguir que aparezcan sus problemas cuando entran a trabajar y se enfoquen en dar el 100%?

Leer más

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados



A quién: Público Objetivo



Definir a qué **público** nos vamos a dirigir y dónde se mueven dentro de la Red.

¿Quién es mi cliente?

¿Qué compra?

¿Dónde y cómo compra?

¿Dónde lo encuentro?

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados

#prelabtalleres



Cómo: Plan de acción



- **Plan de acción:** Canales y herramientas a utilizar, acciones de marketing a emprender, acciones permanentes, acciones puntuales, etc.



Estrategia comunicación

Plataformas y directorios comerciales

- Para empresas sin web es una forma barata de estar presente en internet.
- Sin coste o muy bajo

PaginasAmarillas.es

El buscador online de Páginas Amarillas (www.paginasamarillas.es) es uno de los buscadores comerciales más consultado por los consumidores. Este buscador permite **dar de alta cualquier empresa sin ningún coste**

(<http://www.google.es/business/placesforbusiness>) es una herramienta gratuita de Google que facilita a los clientes encontrar cualquier empresa más fácilmente en las búsquedas de Google y Maps.



Guía de empresas turísticas





Google places



tapas y delicatessen fuengirola

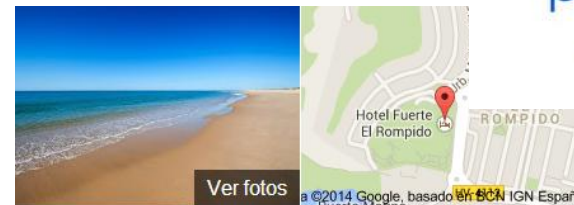
Web Imágenes Maps Shopping Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 597.000 resultados (0,39 segundos)

[La Picada - Tapas & Delicatessen en Fuengirola. Bares de tapas ...](#)

[www.guiasamarillas.es](#) > ... > Bares y locales > Bares de tapas ▾

En La Picada podrá degustar excelentes **tapas**. Ofrecemos unas **tapas** selectas, innovadoras y con novedades cada semana. Cocina tradicional actualizada ...



Hotel Fuerte El Rompido

Cómo llegar Escribir una reseña Seguir

Dirección: Urb. Marina El Rompido, Carretera H-4111, km 8, 21459 El Rompido, Huelva, Huelva

Teléfono: 959 39 99 29

Categoría del hotel: 4 estrellas

Reseñas

4,7 ★★★★★ 307 reseñas de Google

Más reseñas: [booking.com](#), [laterooms.com](#), [venere.com](#), [myhotelvideo.com](#)

Otras personas también han buscado



Garden Playanatural Hotel & Spa



Barceló Punta Umbria Beach Resort



Iberostar Isla Canela Park



Puerto Antilla Grand Hotel



Confortel Islantilla

Página Web



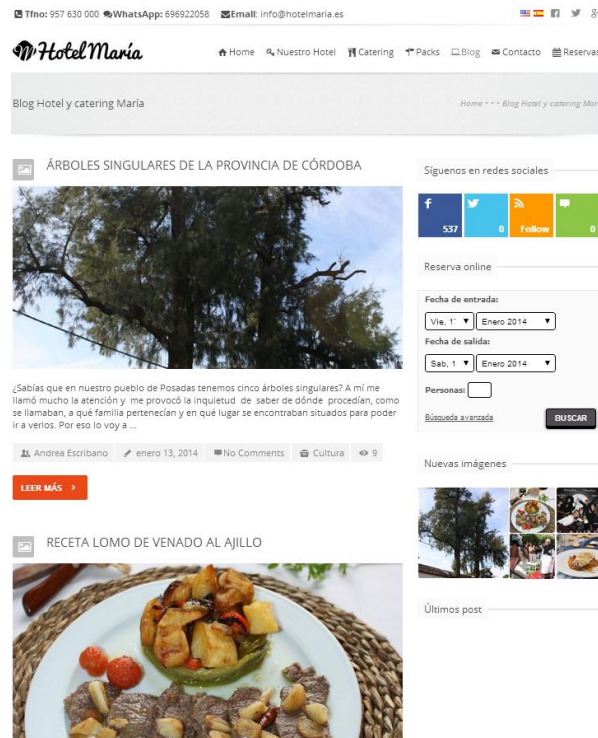
The screenshot shows the website for Bodegas Mezquita. At the top, there is a navigation menu with 'HOME', 'QUE HACER EN TARIFA', 'NUESTRAS AVENTURAS RECIENTES', 'BLOG', and 'CONTACTO'. Below the menu, there are three featured articles with images: 'Erizos de mar', '¿VIAJAR SOLO... O EN COMPAÑÍA?', and 'LO MEJOR DEL INVIERNO EN TARIFA'. A central banner for 'BODEGAS MEZQUITA' features the text 'Lo mejor de la vida siempre se comparte' and 'Nos gusta disfrutar de la nuestra con nuestros amigos'. Below this, there are three columns for 'MENÚ PARA GRUPOS', 'CLUB DE AMIGOS', and 'ABRIR TU FRANQUICIA'. At the bottom, there is a search bar with the text 'BODEGAS MEZQUITA' and a 'BUSCAR' button.

- Nuestro escaparate
- Contenido útil
- Servicios Complementarios
- Imágenes
- Venta Online
- Recomendaciones
- Noticias y novedades
- Opiniones del cliente

Blog

¿Qué es? Una pagina web con características especiales:

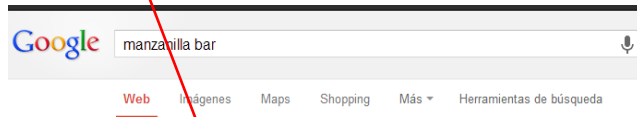
- **Participación** de los usuarios
- Forma lineal y fluida, el **contenido** es lo principal



Ventajas

- Permite una presencia inmediata en internet
- Crear un blog es sencillo y gestionarlo también
- Son gratis o con coste bajo: alternativa de bajo costo para tener presencia en la web
- No requiere de conocimientos técnicos: Software de gestión

Redes sociales



- Otra opción para comenzar a dar visibilidad a nuestra empresa de forma sencilla y sin grandes inversiones
- Las redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter...) se han convertido en lugares de encuentro social con una gran carga viral, donde millones de usuarios pasan cada vez más tiempo navegando.

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

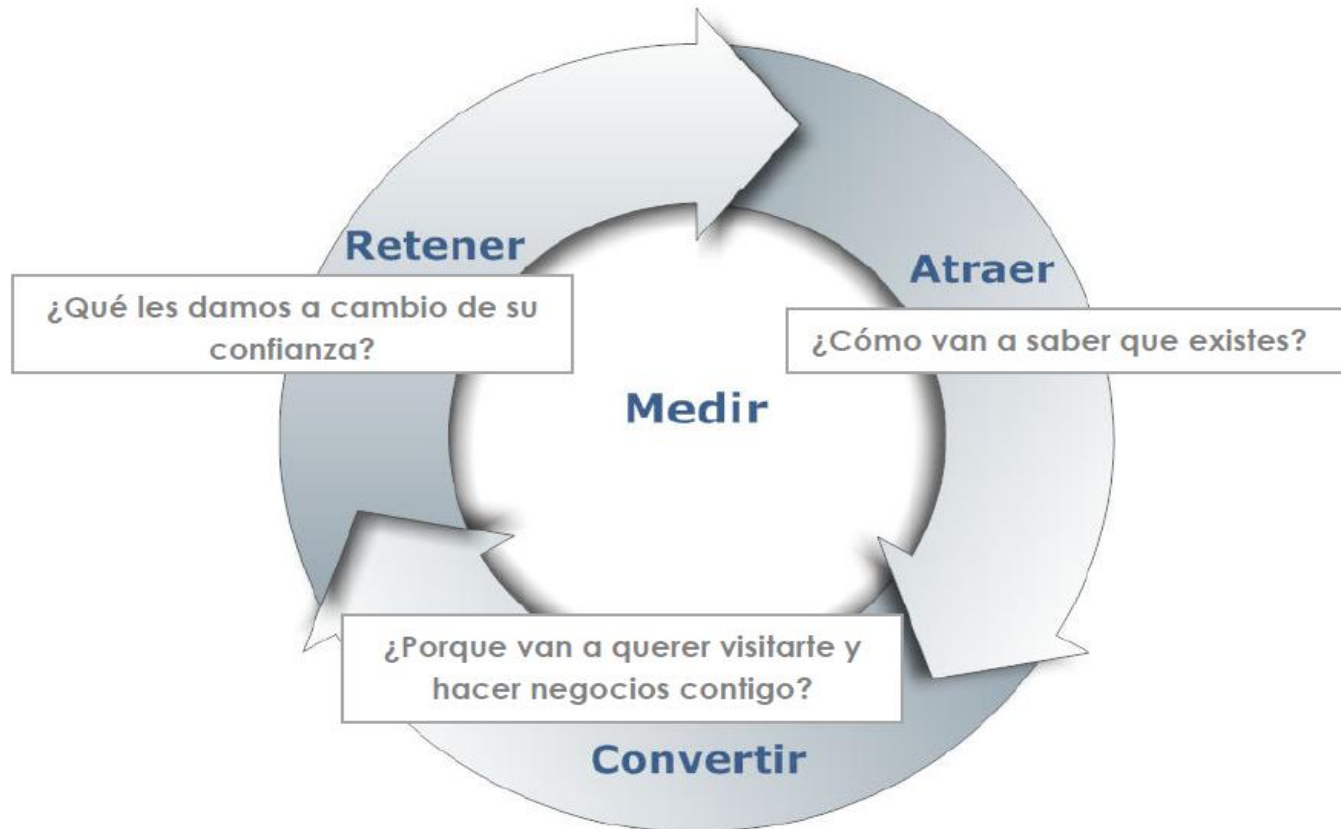
Con qué

Medición de
resultados



Con qué: Tácticas

Tácticas y programas de marketing para consecución de objetivos



Con qué: Instrumentos de Marketing



Son muchas las herramientas a las que podemos acudir para cumplir los objetivos de nuestra pyme.

- ✓ Alta y Posicionamiento en Buscadores
- ✓ Campañas de Publicidad en Buscadores
- ✓ Campañas de enlaces:
- ✓ e-Mail Marketing
- ✓ Programas de afiliados
- ✓ Marketing Viral
- ✓ Marketing de Guerrilla
- ✓ Publicidad y Patrocinio

Marketing de Redes sociales



- Las redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter...) se han convertido en **lugares de encuentro** social con una gran carga viral, donde millones de usuarios pasan cada vez más tiempo navegando.
- Reclame su marca
- Tenga algo que decir: defina su estilo
- Consiga tráfico

Caso Bodegas Mezquita

NOTICIAS

COMPARTE TU EXPERIENCIA CON NOSOTROS Y TE INVITAMOS A UNA BEBIDA



[Bodegas Mezquita Corregidor](#)

Restaurante – Cocina: Mediterránea, Española, Tapas – Córdoba, España

★★★★★ 618 opiniones

[Bodegas Mezquita Céspedes](#)

Restaurante – Cocina: Mediterránea, Española, Tapas, Bodega – Córdoba, España

★★★★★ 531 opiniones

[Tienda Gourmet Bodegas Mezquita](#)

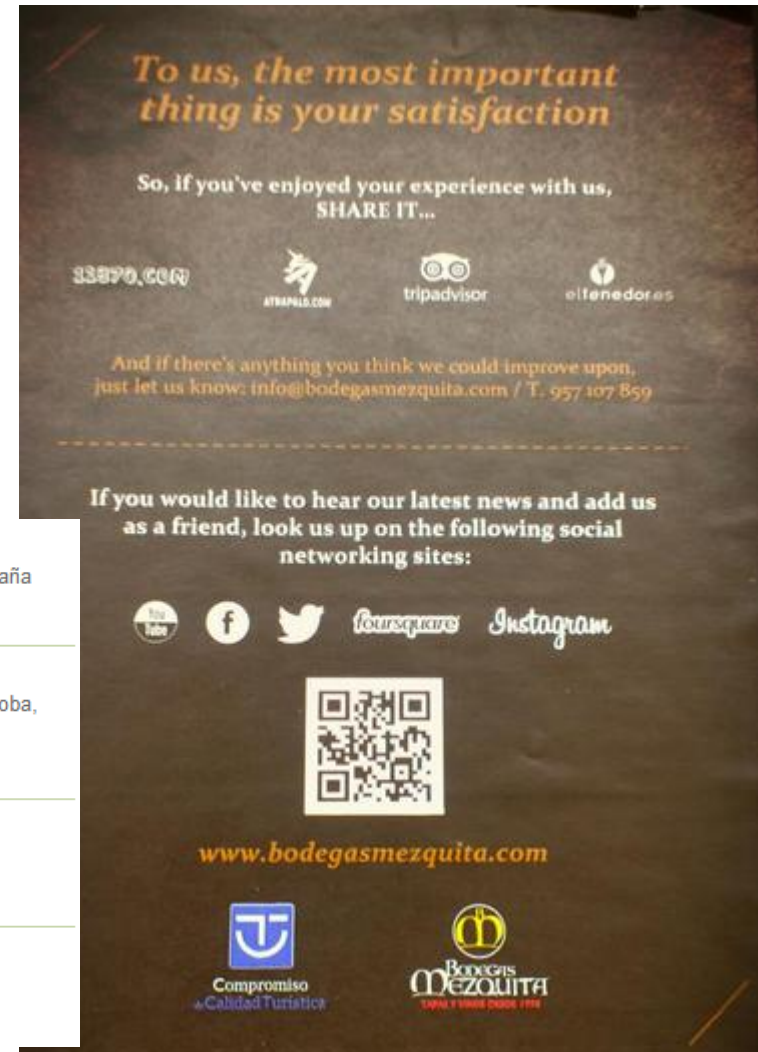
Atracción – Tipo: Tiendas – Córdoba, España

★★★★★ 6 opiniones

[Saborea el Flamenco en Bodegas Mezquita](#)

Atracción – Tipo: Actuaciones – Córdoba, España

★★★★★ 4 opiniones



- 10% de su tiempo en Internet
- España es el 7º país en uso de Redes Sociales
- 80 % de los usuarios usan alguna red social
- 60% las visita a diario
- 52% siguen a alguna marca

facebook®

twitter



You Tube

LinkedIn

Marketing de Redes sociales

twitter



- Abra una cuenta en Twitter
- Esté en la conversación: deje abierta la ventana de Twitter para interacción social en vivo
- Construya una lista de seguidores en Twitter
- Establezca un tiempo para sus tweets

facebook

- Cree una página de Facebook orientada a la conversión
- Consiga unos pocos fans de Facebook iniciales
- Cree una página de medios sociales para un concurso, con aspectos virales

LinkedIn

- Empiece a hacer networking en LinkedIn

E-mail Marketing

Herramienta poderosa del Marketing en Internet

- No spam o envío de correos no solicitados
- Lista o base de datos de suscriptores voluntarios

Tipos

- **Emails Directos:** enviar un mensaje promocional con la forma de un email
- **Mails de retención o fidelización:** Newsletters o boletines que le van a permitir fidelizar a ese público objetivo construyendo confianza y credibilidad



E-mail Marketing

- Elija un proveedor de email
- Cree una plantilla de email relacionada con su marca
- Establezca una campaña para adquisición, educación y retención
- Segmente y cree listas
- Haga pruebas A/B de sus emails

The screenshot shows an email newsletter with the following content:

- Header: "lab talleres pre" logo.
- Calendar widget: "Noviembre 15 Jueves".
- Event card: "Estrategia Digital para Empresas. Conoce las posibilidades que te da Internet y como sacarle partido! Cádiz".
- Main text: "Estrategia Digital para Empresas en Cádiz. El taller tendrá lugar en la Delegación Territorial de Fomento, Vivienda, Turismo y Comercio, Calle Jacinto nº 4 (Edificio Tamarindos), 11007 Cádiz. El Jueves 15 de Noviembre en horario de 11:00h a 13:00h. Dirigido a Pymes y Autónomos del sector turístico y comercial de Andalucía. Inscripción gratuita, aforo limitado. Más información en: mireyes@andalucia.org y en el teléfono 951 27 02 38. INSCRÍBETE AQUÍ".
- Footer: Social media icons for Facebook and Twitter, and a privacy policy notice.



MailChimp


Obtención de prospectos

Andalucía lab
CENTRO
DE INNOVACIÓN
TURÍSTICA

Iniciar sesión [Regístrate](#)

Libro Gratuito

Suscríbete Gratuitamente a Nuestro Boletín Electrónico y te Obsequiaremos el Libro "Los Secretos de Mi Éxito" de Alvaro Mendoza.



Nombre (Sin Apellido) *

Email Principal *

[Suscríbete](#)

- Consiga emails para el lanzamiento de un producto
- Conteste preguntas en LinkedIn
- Regale algo a cambio de datos de los clientes
- Registros

Registro Newsletter
Reciba las novedades de Forte Hoteles.

- Introduzca su E-mail - [>](#)

Marketing de Contenidos

Crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer a nuestro público objetivo



- Posicionarte y ganar reputación
- Ser visible más tiempo.
- Transmitir tus ideas.
- Inspirar, entretener, motivar, gestionar expectativas, educar, dar vida a la marca...

Posicionamiento buscadores



- A través de los buscadores Web se consigue entre el 50% y el 80% del tráfico a la mayoría de páginas web.
- Importante aparecer en las primeras posiciones en las búsquedas
- SEO “Search Engine Optimization”
- SEM “Search Engine Marketing” (Marketing en Buscadores)



hoteles Marbella



Búsqueda

Aproximadamente 17.700.000 resultados (0,20 segundos)

Todo

Imágenes

Maps

Vídeos

Noticias

Shopping

Más

Madrid

Cambiar ubicación

La Web

Páginas en español

Páginas de España

Páginas extranjeras traducidas

Más herramientas

Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

75 Hoteles en Marbella - Con ofertas especiales

www.booking.com/Marbella-Hoteles

Reservar un Hotel en Marbella

- Mejor Precio Garantizado
- Hoteles de Lujo
- Más Populares
- Sin Cargos de Gestión
- Hoteles Económicos
- Reservados Recientemente

Hoteles Marbella | es.SolMelia.com

es.solmelia.com/Marbella

Hoteles de Lujo en Marbella Playa. ¡Web Oficial, mejor precio online!

Hoteles en Marbella -78% | trivago.es

www.trivago.es/Marbella/hotel

trivago™ Los hoteles más baratos. El buscador de precios de hoteles!

Hoteles populares - Hoteles recomendados - Hoteles céntricos - Hoteles baratos

Hoteles en Marbella desde 39€ - Rumbo

www.rumbo.es/hotel/espana/malaga/marbella/hoteles-marbella.html

Nuestro buscador de Hoteles en Marbella te ofrecerá una selección con los mejores precios de Hoteles en Marbella. Ciudad: Entrada: Elige una fecha de Ida ...

FUERTE Hoteles ** Costa del Sol y Costa de la Luz, Andalucía**

www.fuertehoteles.com/

Hoteles en Costa del Sol y Costa de la Luz, Andalucía, en primera línea de playa, Hoteles en Marbella, Conil, El Rompido, Estepona y Sierra de Grazalema.

Hotel FUERTE Marbella ** Costa del Sol**

www.fuertehoteles.com/hotel/fuerte-marbella/

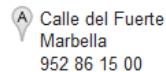
Hotel FUERTE Marbella, en el centro histórico de

Marbella. Hotel en primera línea de playa, 4 ...

★★★★★ 12 comentarios de Google - 85 €▼

LA VILLA MARBELLA

www.lavillamarbella.com/ - Traducir esta página



Mapa de hoteles Marbella



Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

Hotel Fuerte en Marbella

www.fuertehoteles.com/Marbella/

Situación privilegiada, mirando al mar, Haz tu Reserva online ya!

Hoteles Marbella

www.nh-hoteles.es/Marbella

En la web oficial, Hasta 25% Dto en Hoteles NH en Marbella. Aprovecha!

PT. Banus Benabola Hotel

www.hotelbenabola.es

Descuentos desde el 25% Reserve ahora en el 952815000

Marbella desde 14€

www.travelrepublic.es/Marbella

Ahora hasta un 70% en hoteles de Marbella entre 1* y 5*

H10 Andalucía Plaza

www.hotelh10andaluciaplaza.com

Hotel 4* renovado en Puerto Banús

SEM

SEO



Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

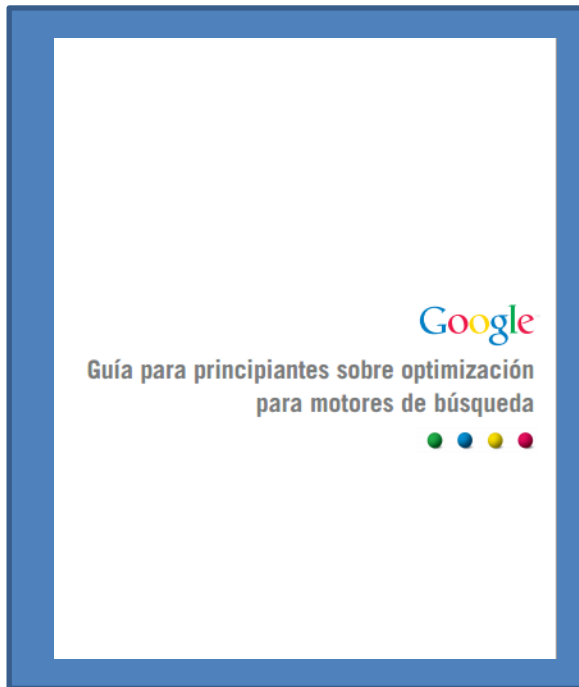
Marketing de Búsquedas Orgánicas

Gratuito



- Buenos contenidos
 - Atraer visitantes
 - Enlaces
- Actualizaciones continuas
- Títulos de página únicos y precisos
- Selección adecuada de palabras clave
- Cuestiones técnicas: URL amigables, dominios, etc
- Conseguir que otras paginas nos enlacen

SEO: Prácticas recomendadas



Crea títulos de página únicos y precisos

- Describe con precisión el contenido de la página
- Crea etiquetas title únicas para cada página
- Usa títulos descriptivos breves

Utiliza las etiquetas meta de descripción

- Resume de forma precisa el contenido de la página
- Utiliza descripciones únicas para cada página

Mejora la estructura de las URL

- Utiliza palabras en las URL
- Crea una estructura de directorios simple
- Proporciona una versión de la URL para llegar a un documento

SEO: Prácticas recomendadas



Navegabilidad

- Crea una jerarquía que fluya de forma natural
- Usa texto para la barra de navegación
- Añade un mapa del sitio HTML al sitio web y usa un archivo sitemap XML
- Crea una página 404 útil

Contenidos y servicios de calidad

- Escribe textos de fácil lectura
- Céntrate en el tema
- Crea contenido único y original
- Crea contenido principalmente para los usuarios, no para los motores de búsqueda

SEO: Prácticas recomendadas

Textos ancla de mejor calidad

Optimiza el uso de imágenes

- Usa nombres de archivo y texto en “alt” breves pero descriptivos
- Ofrece texto en “alt” cuando utilizas las imágenes cómo enlaces
- Ofrece un archivo Sitemap de imágenes



SEM: Marketing en Buscadores



- Anuncios patrocinados en los motores de búsqueda
- Centrada en conseguir objetivos
- Coste
- ¿Cómo? Palabras clave, Coste, etc

YAHOO!

PUBLISHER
NETWORK

Google
Adwords

Google™
AdSense

Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

A quién

Cómo

Con qué

Medición de
resultados

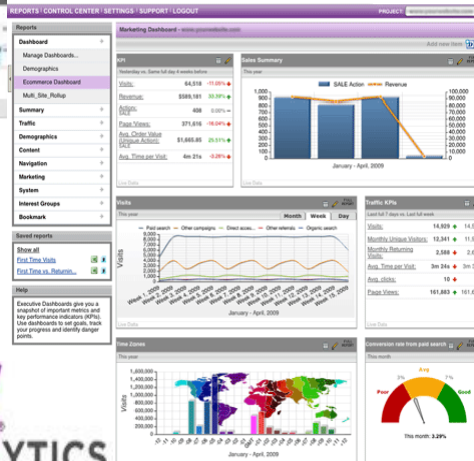
#prelabtalleres



Medición de resultados



YAHOO! WEB ANALYTICS



Analítica Web:

- Cuantificar objetivos
- Nos ayuda a optimizar una web, blog, etc
- ¿Qué? ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Cuánto? Y ¿qué más?....
- Indicadores claves de rendimiento
- Herramientas: pago y gratuitas

Estrategia Online

Qué

- Determinar cuáles son nuestros **objetivos**: Vender, atraer visitas, nuevos segmentos de mercado, Branding, etc. Todo objetivo que queramos conseguir de internet, debe ser **medible y cuantificable**.

A quién

- **Publico objetivo** : definir a qué público nos vamos a dirigir y dónde se mueven dentro de la Red.

Cómo

- **Plan de acción**: Canales y herramientas a utilizar, acciones de marketing a emprender, acciones permanentes, acciones puntuales, etc.

Con qué

- Alta, personalización y configuración de perfiles en redes sociales, creación de blogs, participación en otros medios,...
- SEO, SEM, CPC, Email Marketing, etc

Medición de resultados

- Evolución de la estrategia de la empresa en Redes sociales, Impacto de las campañas ,Consecución y cumplimiento de objetivos ,Reputación en la Red

Estrategia Online

A tener en cuenta:

- Las acciones **on-line y off-line** tienen que verse como una misma cosa.



Todos los canales online y relaciones con los medios de comunicación deben trabajarse de **forma coordinada**. Muchas veces el éxito online viene dado porque existe una repercusión offline.



Muchas gracias!!!

mjreyes@andalucia.org



@andalucialab

@mjreyesrios