



# talleres pre

**Estrategia Digital**  
**Córdoba, 20 de Noviembre**



@andalucialab  
@mjreyesrios



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

# Llegó Internet...



# Nuevo mercado



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

No se compite 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



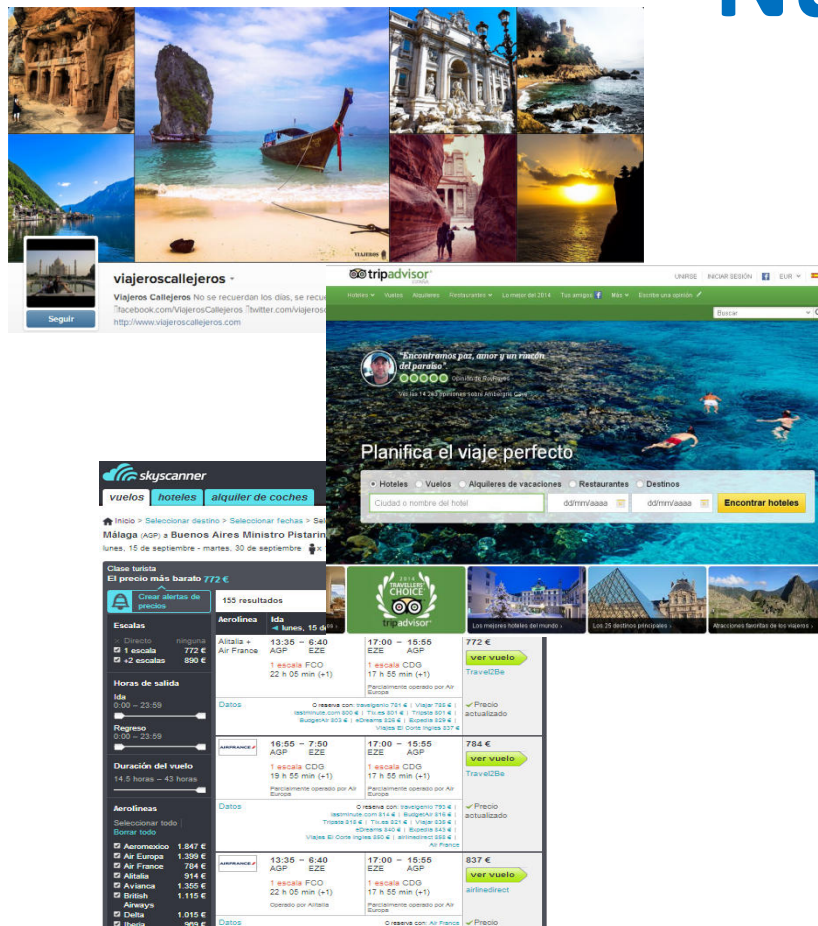
# Nuevos usuarios

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**.



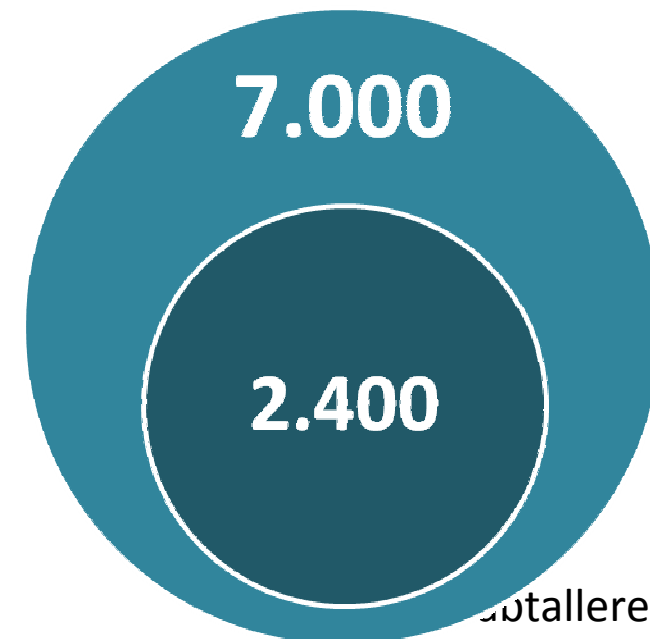
El medio digital se ha establecido ya como la **principal fuente de información** a la hora de comprar, **la más fiable y la más conveniente**, ya que permite **comparar precios y ahorrar** más dinero a la hora de comprar.



# 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.



Empresa del Turismo y del Deporte de Andalucía  
**CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO**

# ¿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

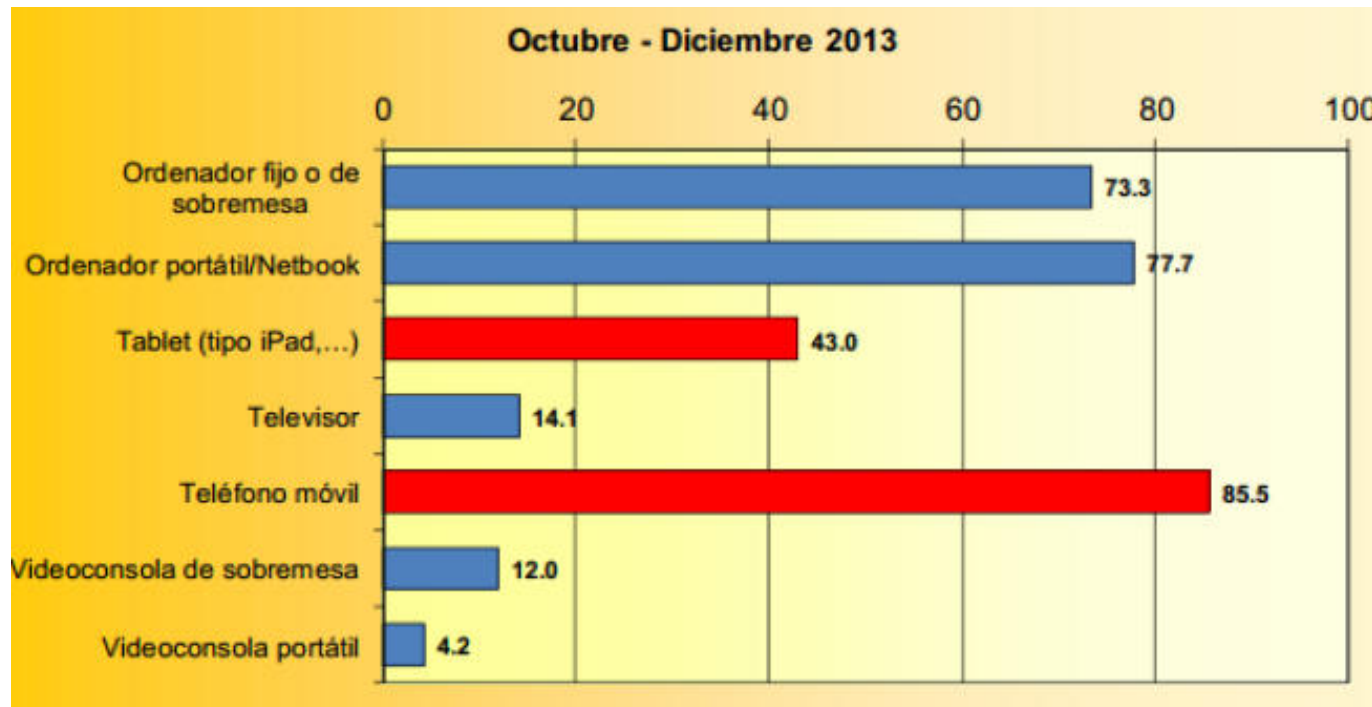
**B2C 2012**  
**12.383 Mill. €** → **Δ 13,4%**



## 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



CCB consumer commerce barometer

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

Paises: 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)

Expandir opciones Reducir opciones Formular 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%



# ¿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



- **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	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
A. EXTERNO	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>

# Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

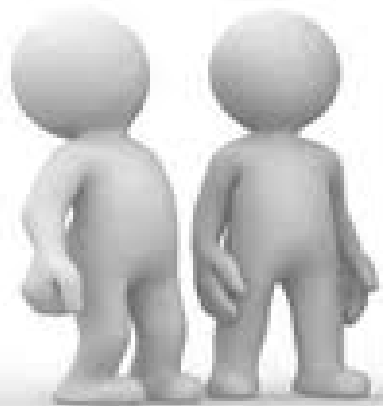
A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

#prelabtalleres



# 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 >

Selección Hotel / Apto

- Selecciona -

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

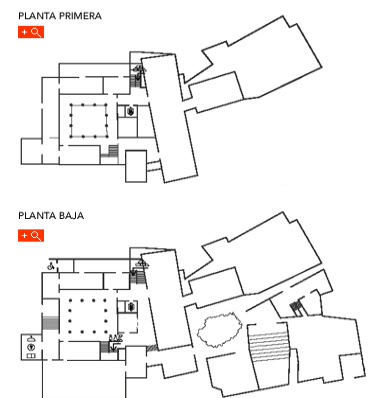
Cerrado lunes, el 25 de diciembre y el 1 de enero.

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 videos  
- 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 €



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



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...  
MALAGA, MÁLAGA
- 04 JUN** / pre-Labtalleres  
Análítica Web  
MARBELLA, MÁLAGA



ver todos los eventos

### // Solicita información



### 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 aparquen sus problemas cuando entran a trabajar y se enfoquen en dar el 100%?

Leer más

# Estrategia Online

Análisis de situación

Qué

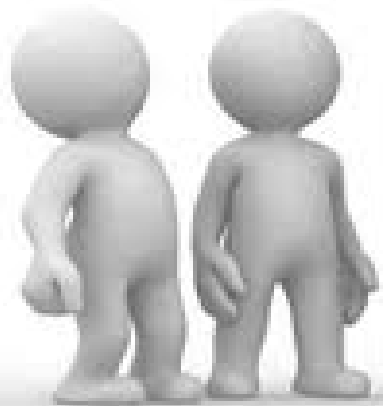
A quién

Cómo

Con qué

Medición de resultados

#prelabtalleres



# 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

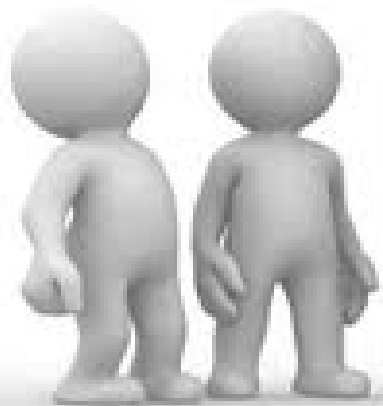
A quién

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](http://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



tapas y delicatessen fuengirola

Web Imágenes Maps Shopping Más Herramientas de búsqueda

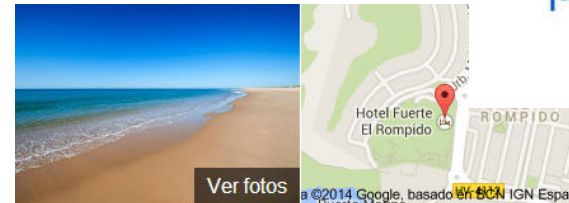
Aproximadamente 597.000 resultados (0,39 segundos)

[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 ...

Google places



### Hotel Forte 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

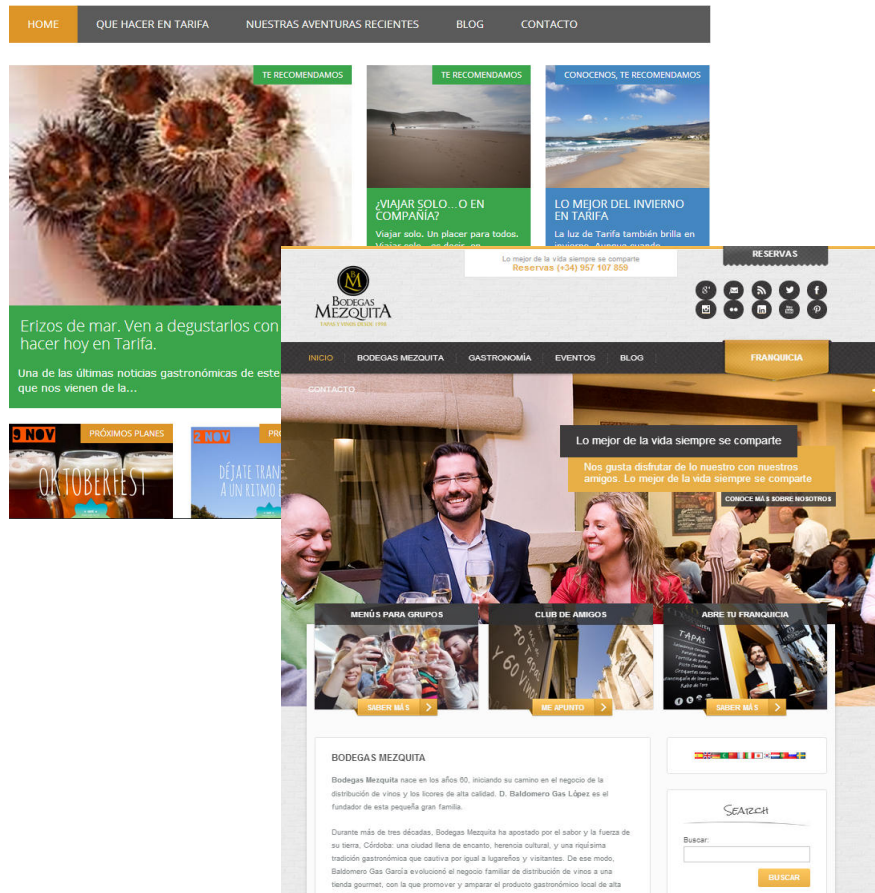
4,7 ★★★★★ 307 reseñas de Google

Más reseñas: booking.com, laterooms.com, venere.com, myhotelvideo.com

#### Otras personas también han buscado

- Garden Playanatural Hotel & Spa
- Barceló Punta Umbría Beach Resort
- Iberostar Isla Canela Park
- Puerto Antilla Grand Hotel
- Confortel Islantilla

# Página Web

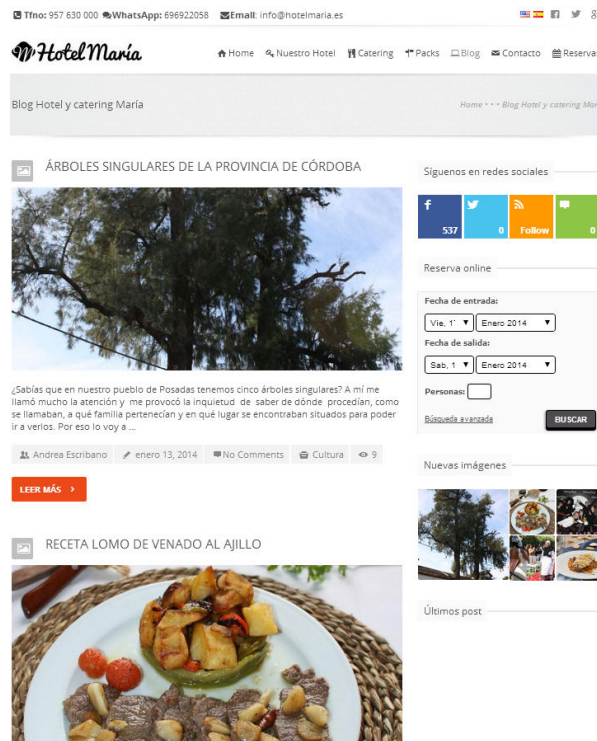


- Nuestro escaparate
- Contenido útil
- Servicios Complementarios
- Imágenes
- Venta Online
- Recomendaciones
- Noticias y novedades
- Opiniones del cliente

# Blog

¿Qué es? Una pagina web con características especiales:

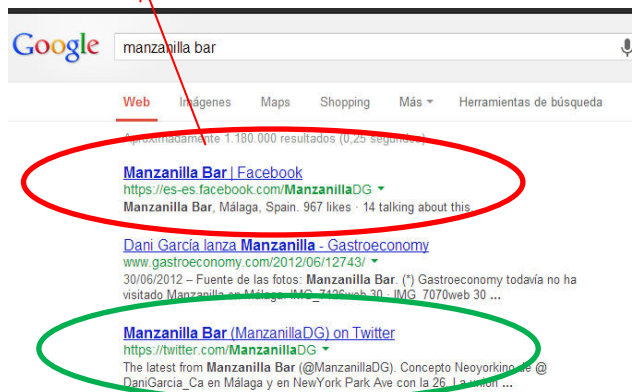
- **Participación** de los usuarios
- Forma lineal y fluida, el **contenido** es lo principal



## 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

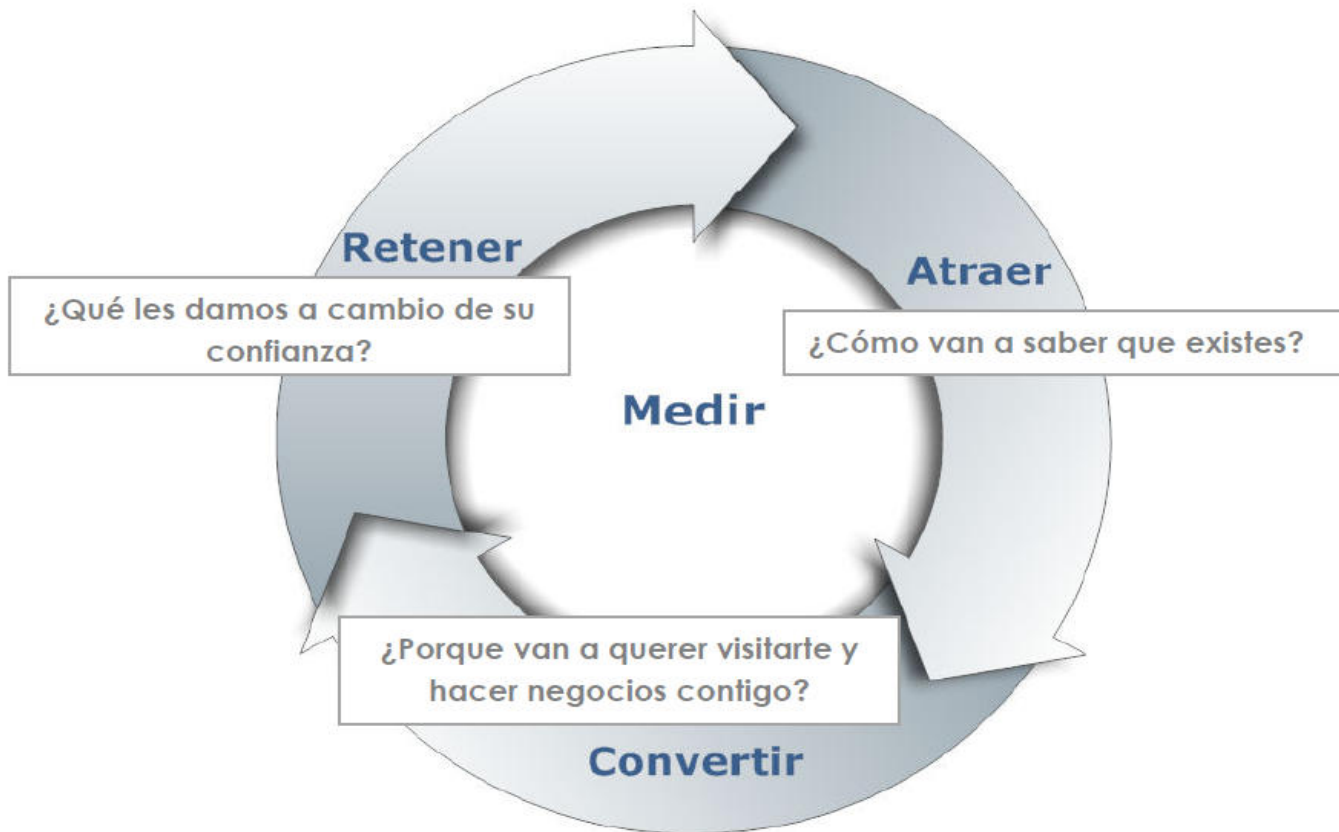
#prelabtalleres





# 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



Empresa Pública del Turismo y de  
**CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO**

*To us, the most important thing is your satisfaction*

So, if you've enjoyed your experience with us, SHARE IT...

33870.667

ATRANILA.COM

tripadvisor

elenedores

And if there's anything you think we could improve upon, just let us know: info@bodegasmezquita.com / T. 957 107 859

If you would like to hear our latest news and add us as a friend, look us up on the following social networking sites:

the lab f twitter foursquare Instagram

www.bodegasmezquita.com

Compromiso Calidad Turística

- 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

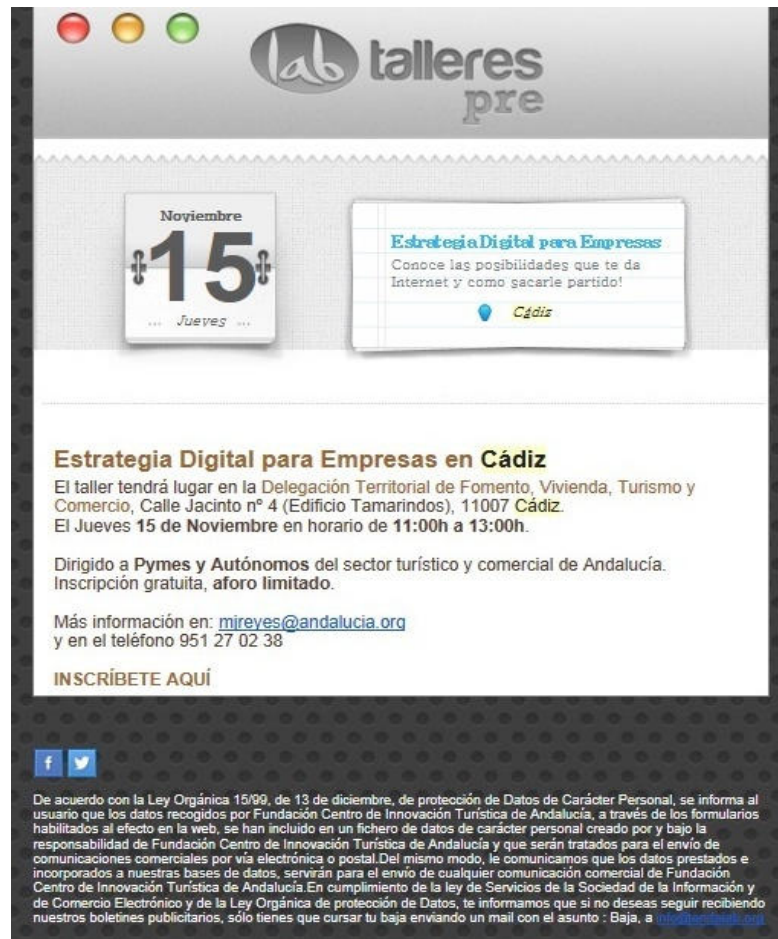


- No spam o envío de correos no solicitados
- Lista o base de datos de suscriptores voluntarios

### 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



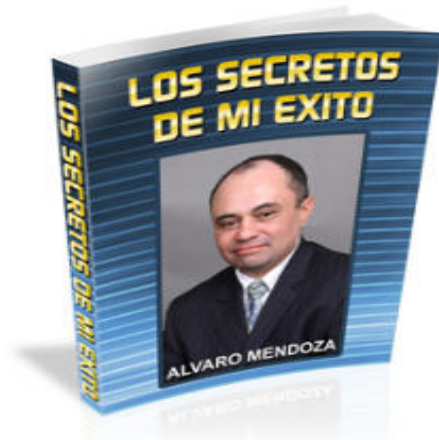
MailChimp



# Obtención de prospectos

## 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 Fuerte 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)

Google

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](http://www.booking.com/Marbella-Hoteles)  
 Reservar un **Hotel en Marbella**

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

**Hoteles Marbella | es.SolMelia.com**  
[es.solmelia.com/Marbella](http://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](http://www.trivago.es/Marbella/hotel)  
 trivago™ Los **hoteles** más baratos. El buscador de precios de **hoteles!**  
 Hoteles populares - Hoteles recomendados - Hoteles céntricos - Hoteles baratos



Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

**Hotel Fuerte en Marbella**  
[www.fuertehoteles.com/Marbella/](http://www.fuertehoteles.com/Marbella/)  
 Situación privilegiada, mirando al mar, Haz tu Reserva online ya!

**Hoteles Marbella**  
[www.nh-hoteles.es/Marbella](http://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](http://www.hotelbenabola.es)  
 Descuentos desde el 25%  
 Reserve ahora en el 952815000

**Marbella desde 14€**  
[www.travelrepublic.es/Marbella](http://www.travelrepublic.es/Marbella)  
 Ahorra hasta un 70% en **hoteles de Marbella** entre 1\* y 5\*

**H10 Andalucía Plaza**  
[www.hotelh10andaluciaplaza.com](http://www.hotelh10andaluciaplaza.com)  
**Hotel 4\*** renovado en Puerto Banús

SEO

SEM

**Hoteles en Marbella desde 39€ - Rumbo**  
[www.rumbo.es/hotel/espana/malaga/marbella/hoteles-marbella.html](http://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/](http://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/](http://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/](http://www.lavillamarbella.com/) - Traducir esta página

A Calle del Fuerte Marbella 952 86 15 00

B C/ PRÍNCIPE. 10



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

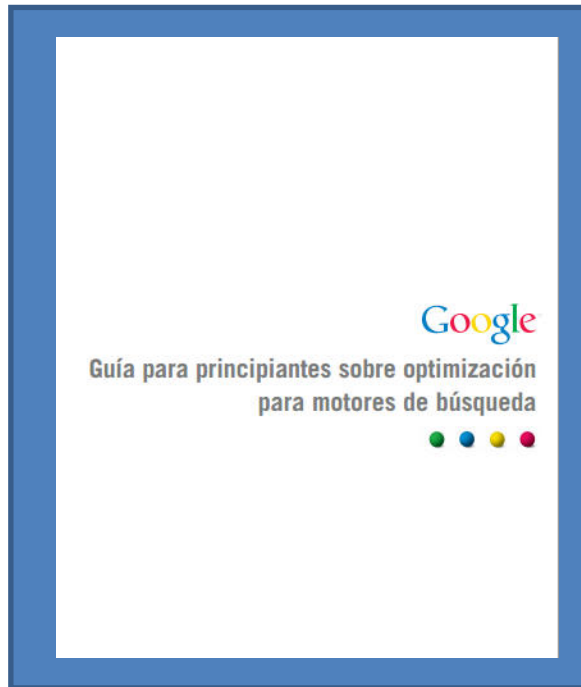
# Marketing de Búsquedas Orgánicas

## 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 páginas 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

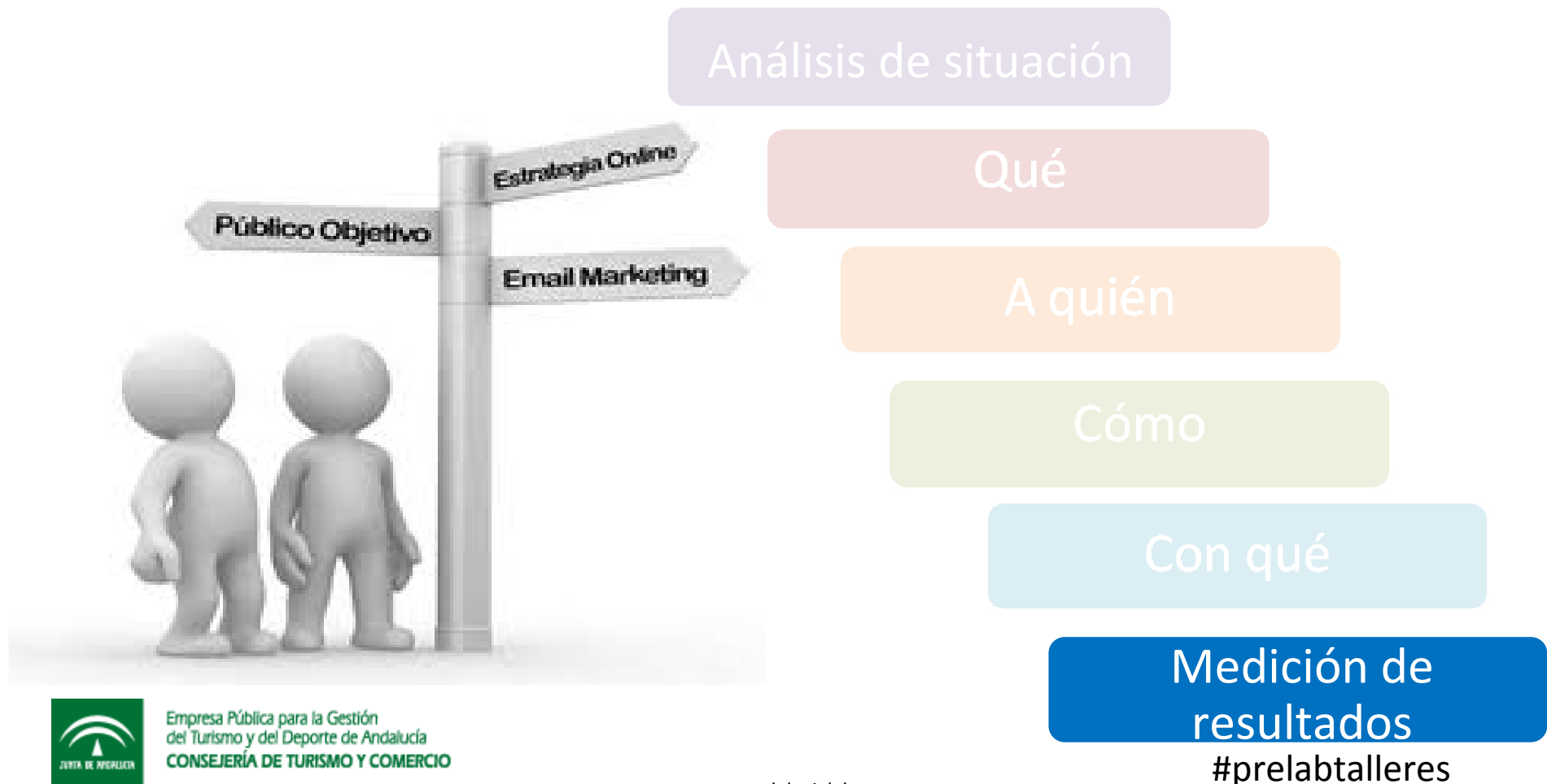
YAHOO!

PUBLISHER NETWORK

Google Adwords

Google AdSense

# Estrategia Online



# Medición de resultados



## 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](mailto:mjreyes@andalucia.org)



@andalucialab  
@mjreyesrios