

# Acelera pyme

*Contigo en tu Transformación Digital*

## Importancia del Marketing Digital en Pymes y Autónomos

Concienciación y sensibilización



red.es

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámara**  
Valladolid

# ÍNDICE

- 1 Importancia del Marketing Digital
- 2 Ventajas que aporta el Marketing Digital
- 3 Oportunidades que ofrece el Marketing Digital a los comercios
- 4 Casos de éxito: comercios con una buena estrategia
- 5 Términos de Marketing Digital



# Importancia del Marketing Digital

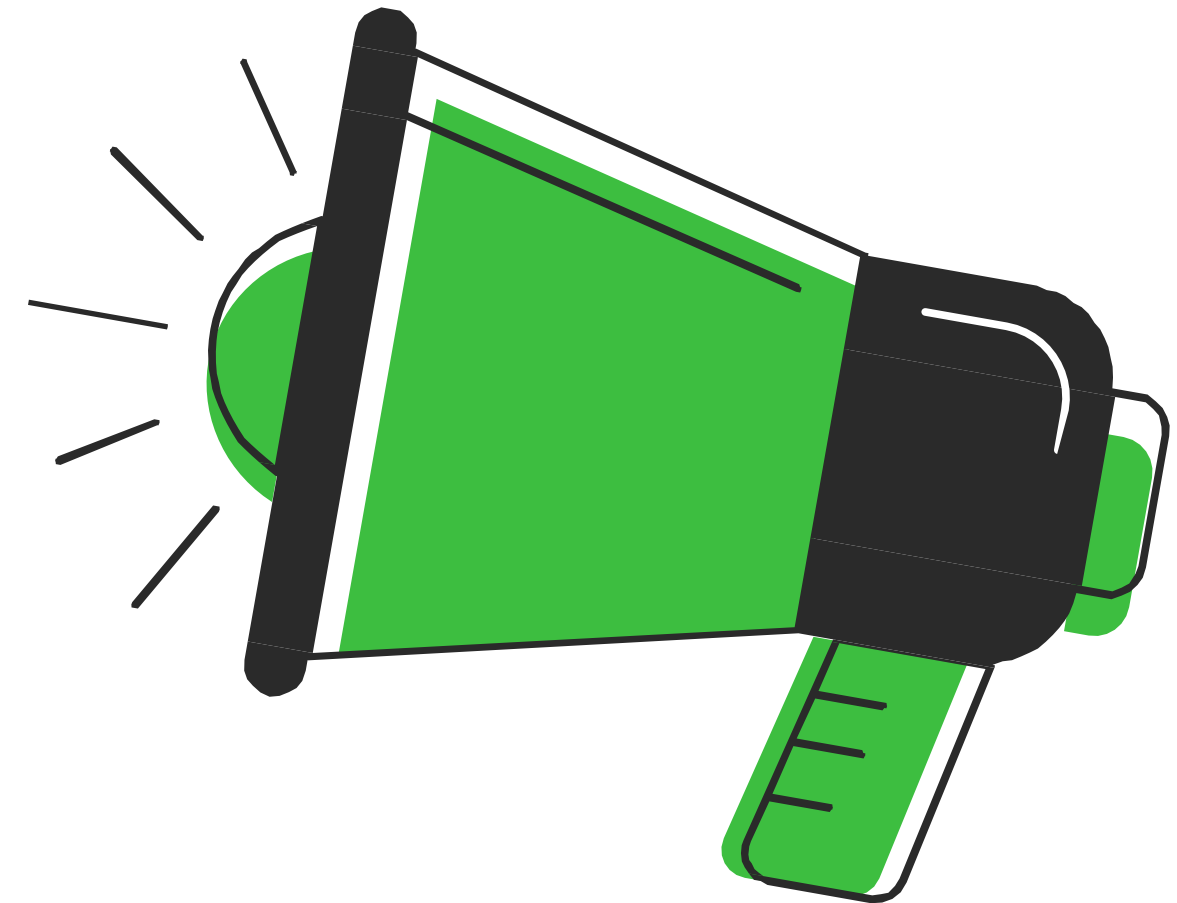
01

# ¿Por qué es necesario?

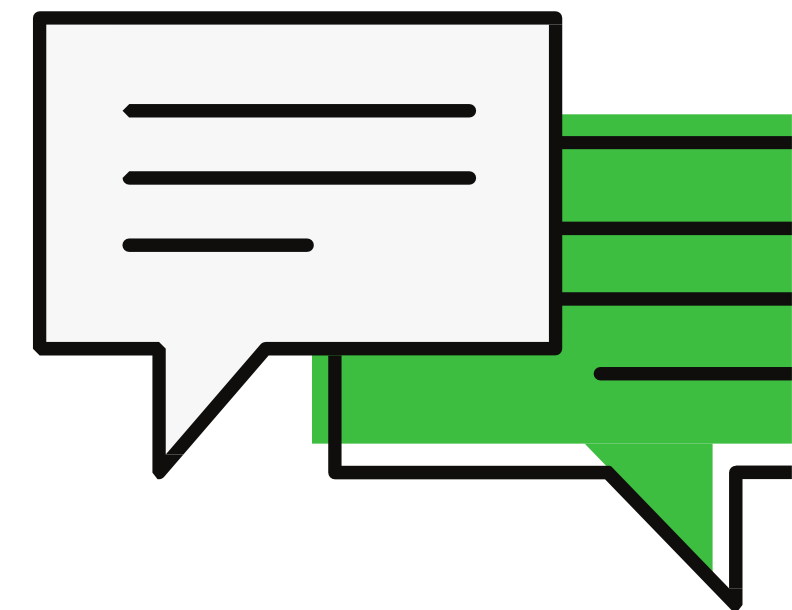
## MARKETING DIGITAL

En el Diccionario de Negocios, Marketing Digital está definido como “**la promoción de productos o marcas mediante varias vías de medios electrónicos**”.

El Marketing Digital permite a los negocios **conocer el mercado** y **recoger datos** sobre consumo de forma rápida, inmediata y continua. Esto ayuda a orientar la estrategia de marketing en los espacios de internet donde se mueve el cliente potencial, creando así mayor **presencia y visibilidad**.



# Internet como principal medio de comunicación



## USO DE INTERNET

El 85% de los internautas utilizan internet como medio para **obtener información** acerca de comercios, empresas y productos o servicios, opiniones y valoraciones, etc.

El manejo diario de dispositivos como teléfonos móviles, tablets, etc., permite al usuario estar **conectado en todo momento**.

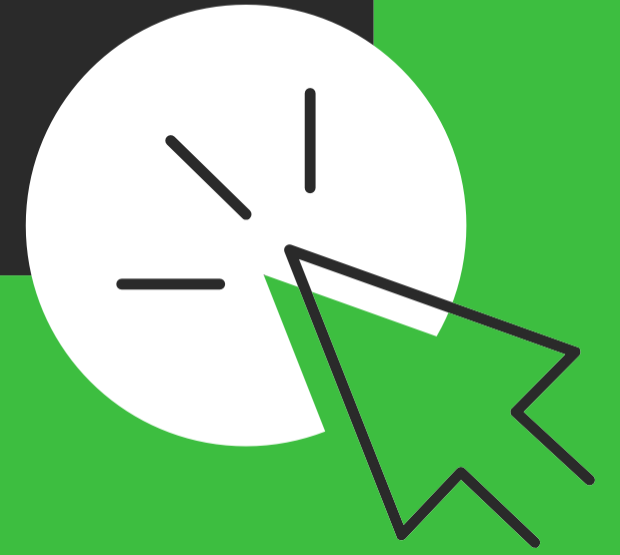
## HERRAMIENTAS DE CONEXIÓN

Las herramientas utilizadas en las estrategias de Marketing Digital (páginas web, blogs, RRSS, SEO-SEM, newsletters, analítica, etc.) van a permitir **atraer** a un mayor número de **clientes** potenciales, tanto en la tienda física como en las compras online. Paralelamente, ayudan a dar más **visibilidad y mejorar la reputación online** del negocio.

## RELACIÓN CON EL CLIENTE

El Marketing Digital permite una **relación directa y personal** con el cliente, dándole valor y participación y generando **confianza** hacia la marca.

Asu vez, hace posible una disponibilidad **24 horas - 365 días**, favoreciendo esa interacción con el cliente, y a su vez la satisfacción del mismo.



# Ventajas que aporta el Marketing Digital

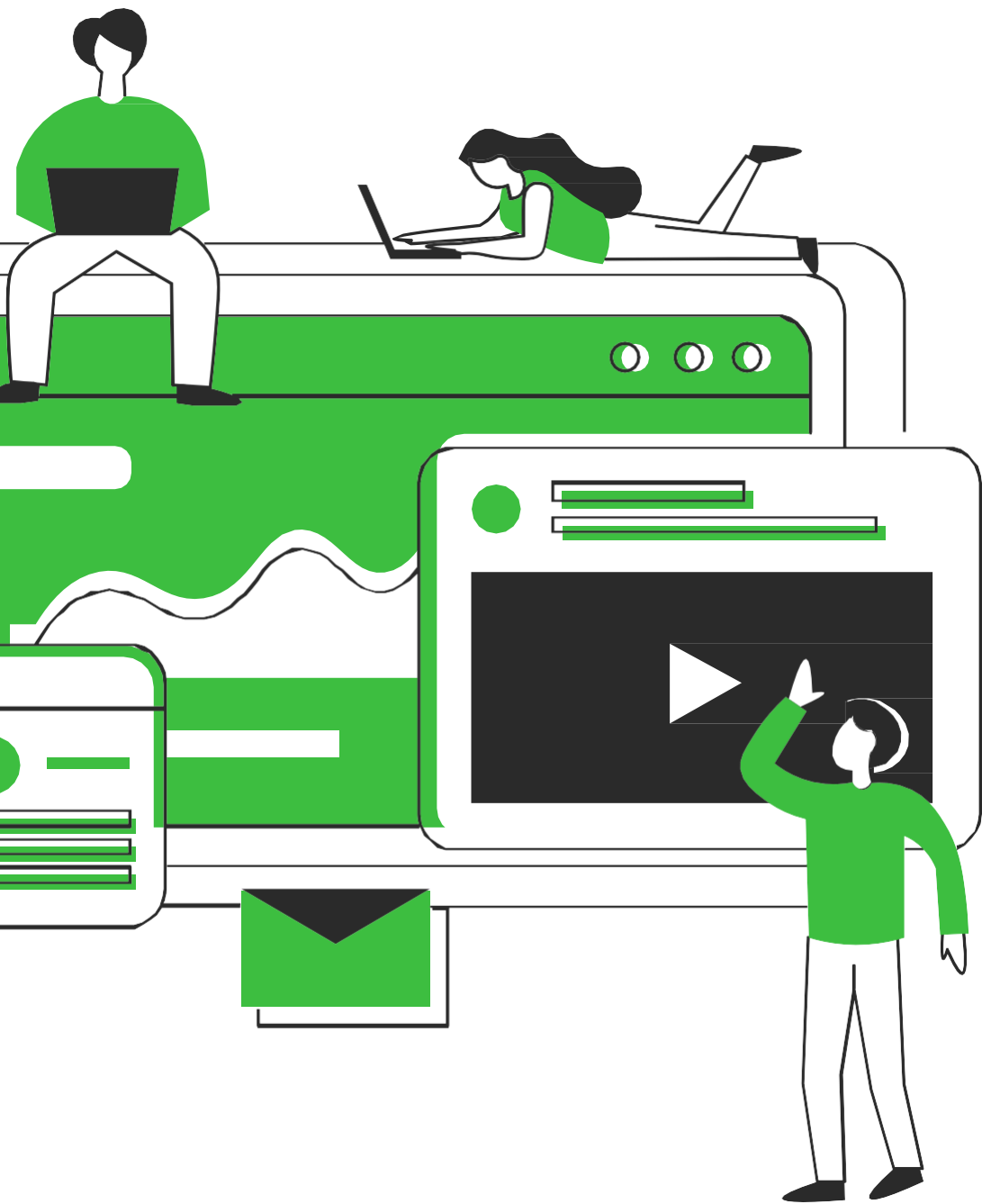
# 02



**1. Aumento de la visibilidad y la reputación online**

**2. Medición a tiempo real**

**3. Bajo coste económico**



#### **4. Flexibilidad y optimización**

Las acciones digitales son totalmente dinámicas y permiten plantear pruebas de ensayo-error además conocimiento = optimización

#### **5. Segmentación de la audiencia**

#### **6. Menor intrusión**

Se requiere la interacción del usuario para ser impactado: abrir un email, clicar en un anuncio... Por lo que es menos intrusivo que recibir una llamada telefónica.





# Oportunidades que ofrece el Marketing Digital a Pymes y autónomos

# 03

# ¿Qué vas a conseguir con una estrategia de Marketing Digital?



● Posicionamiento en el mercado

● Acceso directo al público objetivo

● Promoción de productos y servicios

● Aumento de las ventas

● Mejora de la experiencia de cliente

# Posicionamiento



Aumentar la presencia en los canales digitales tiene un impacto directo en el branding del comercio. Gracias a una estrategia global, el comercio puede posicionarse en el mercado y conseguir que los usuarios le encuentren con facilidad.

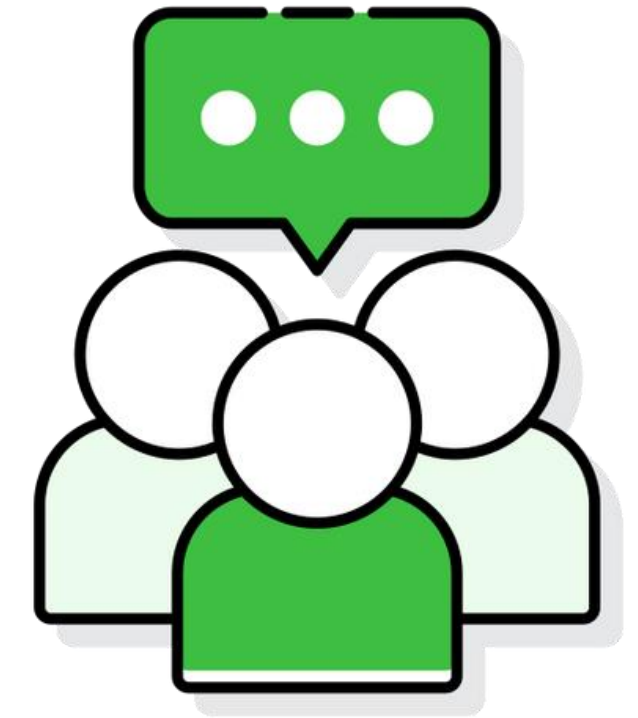
# Público objetivo



Su determinación es clave para que la propuesta comercial tenga éxito y resulte rentable.

Para definir la estrategia de Marketing Digital es necesario conocer al público objetivo en profundidad: su comportamiento, preferencias, prioridades, gustos, etc., para llegar a él de una manera más acertada que favorezca el éxito.

# Promoción



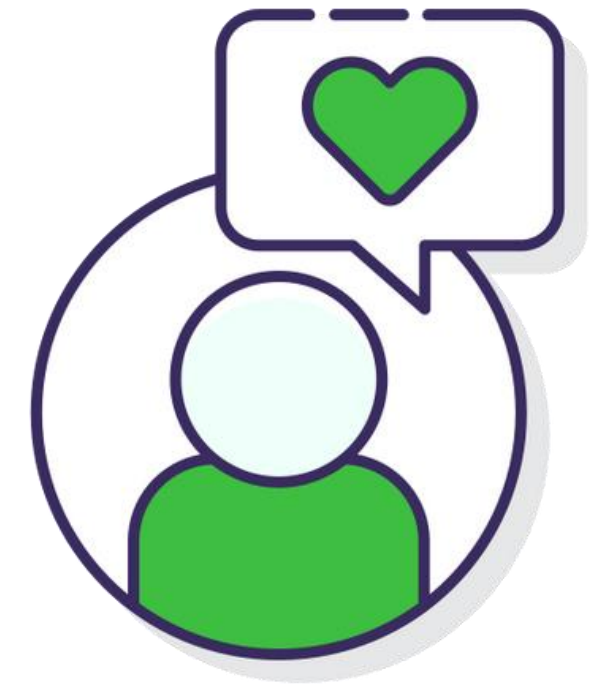
Dar a conocer los productos y servicios de los comercios a través de internet permite llegar a un público mucho más amplio (prescriptores y promotores). Además nos permite estar abiertos 24/7 en distintas vías. Se ofrece una experiencia de compra completa, encontrar sugerencias y poder comparar con la competencia.

# Ventas

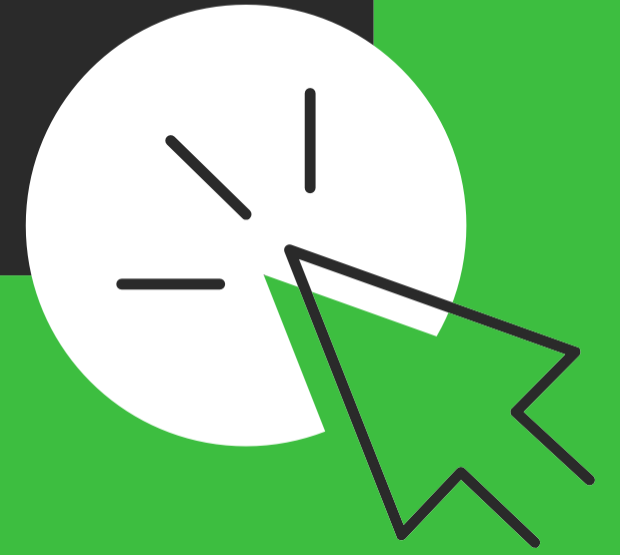


La promoción de los productos y servicios a través de los canales digitales permite al comercio incrementar sus ventas, por un lado, y el ticket medio, por otro. Con el desarrollo del ecommerce, además, las ventas no presentan límite de proximidad.

# Experiencia de cliente



El 85% de las personas utiliza internet en su día a día. Al estar conectados a través de dispositivos móviles en cualquier lugar, se puede llegar a los usuarios de una forma más directa, lo que permite mejorar su experiencia en la adquisición de información de servicios o productos.



# Casos de éxito: una buena estrategia

# 04



# La Tienda de Valentina

Se trata de una tienda online de ropa de mujer que se inició como un pequeño proyecto y, en cuestión de poco más de dos años, terminó creando una de las tiendas online más conocidas y recurridas actualmente.

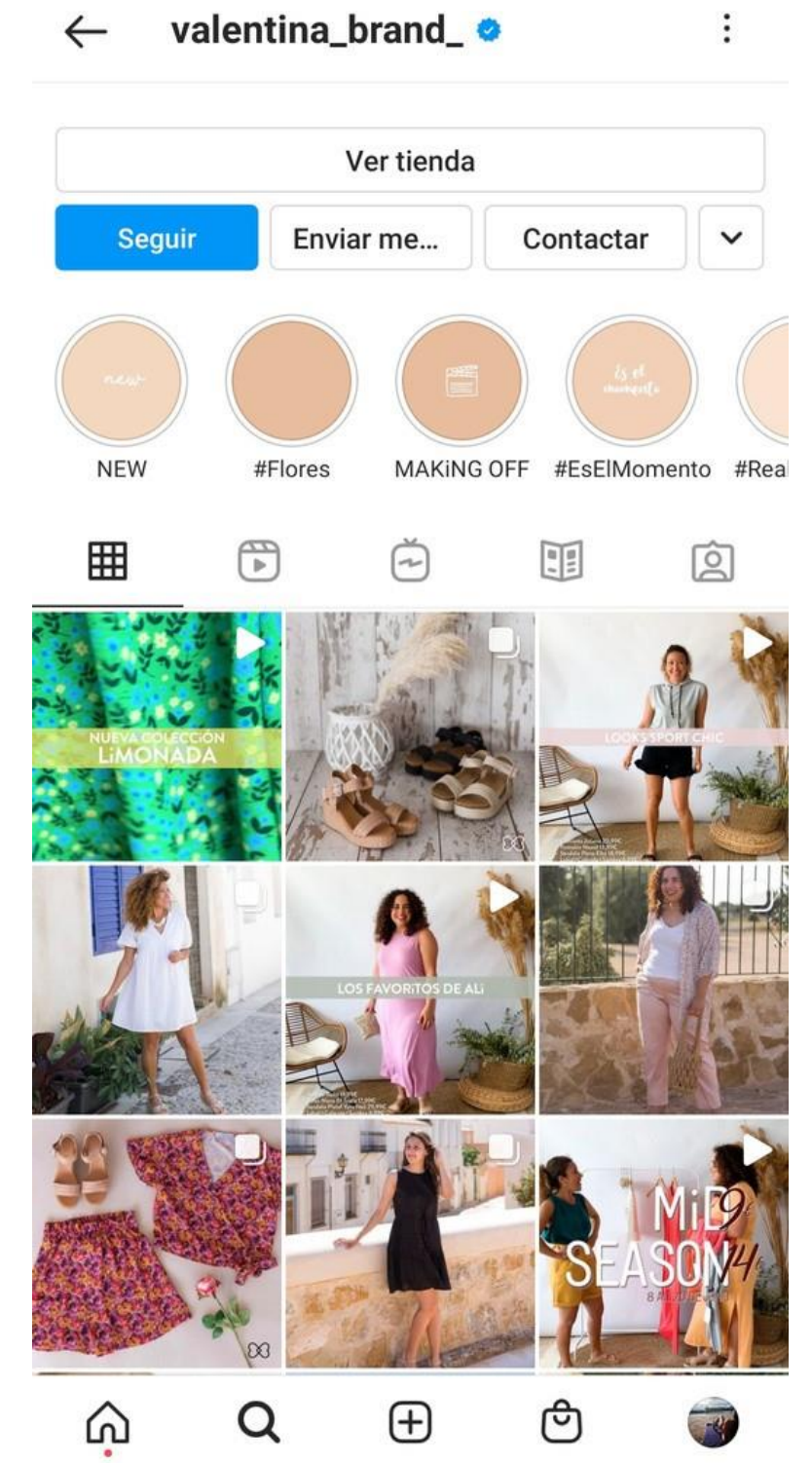
A screenshot of the Valentina online store's mobile interface. At the top, the brand name "VALENTINA" is displayed in a bold, black font, accompanied by a user profile icon and a shopping bag icon. Below this is a search bar with the placeholder text "Buscar aquí..." and a magnifying glass icon. A dark banner below the search bar contains the text: "¡Hola! ¿Eres nueva por aquí? Consigue un -10% apúntandote a la newsletter [aquí](#)". Below the banner, three product cards are shown, each labeled "NOVEDAD" (New). The first card features a woman in a yellow and pink dress, with the text "Falda Amadea - Amarillo" and "24,99 €". The second card shows a woman in a black and white dress, with the text "Vestido Nigri - Negro" and "22,99 €". The third card displays a woman in a green and white top, with the text "Top Chani - Ka" and "16,99 €". Below the product cards, the section "Últimas tendencias" (Latest trends) is introduced with the subtitle "Del streetstyle a tu armario". This section includes three smaller product images: a woman in a black and white dress, a woman in a green dress, and a woman in an orange top and white skirt. A circular icon with a headset symbol is overlaid on the right side of the "Últimas tendencias" section.

# La Tienda de Valentina

Empezaron en el año 2015 en un pequeño local, del que pronto tuvieron que trasladarse a otro más grande debido a la gran demanda de sus productos.

Utilizaban Facebook e Instagram como únicos medios de comunicación. Más tarde crearon también la página web. Suman ya 620.000 seguidores en Facebook y 296.000 en Instagram.

Actualmente cuentan con 7.000 m2 de almacén y 300 m2 de oficina en sus instalaciones centrales de Elche (Alicante), y suma ya 9 tiendas físicas en todo el territorio nacional.



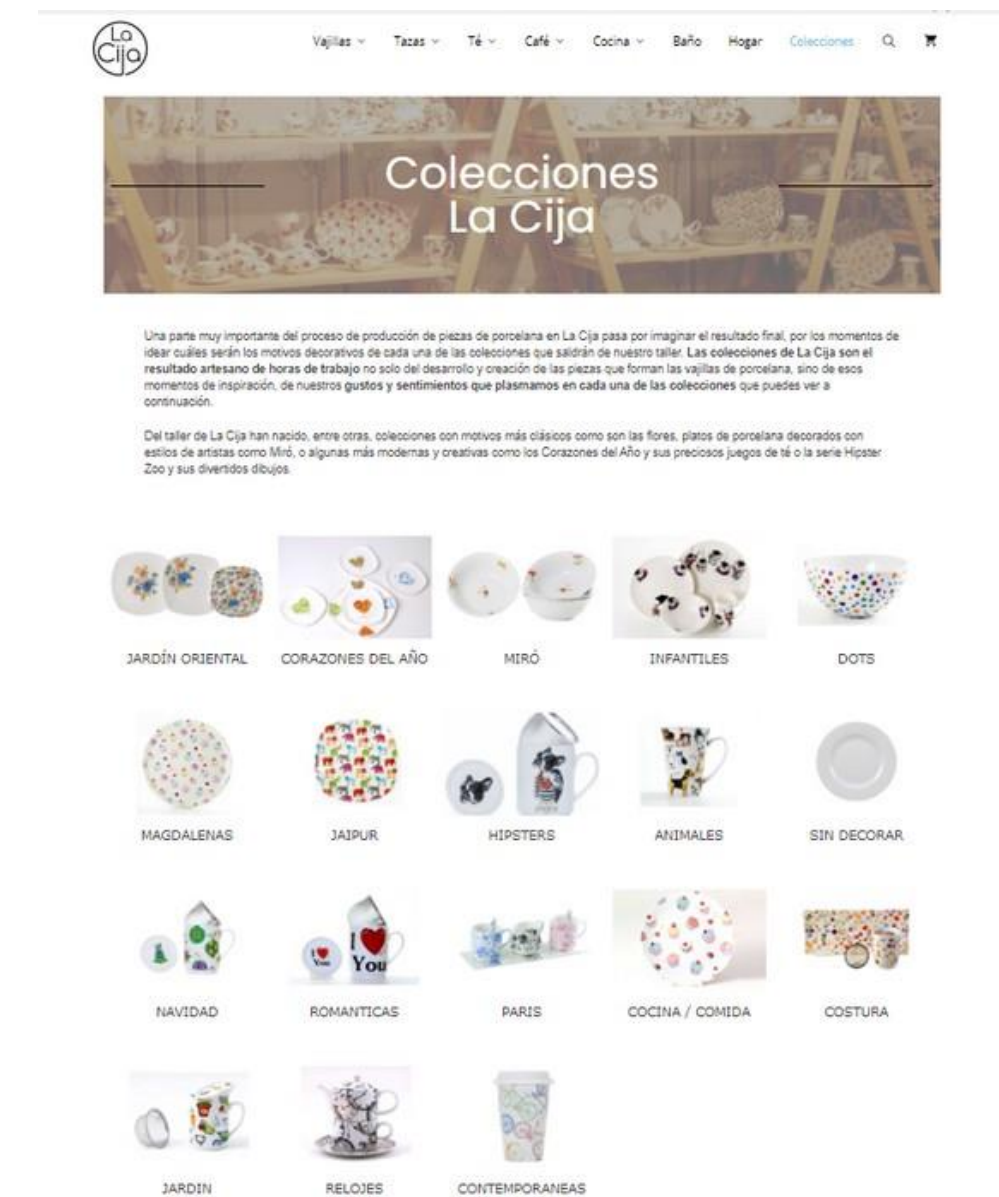
# La Cija. Tienda de Porcelana



Este negocio surge en Torrecaballeros, un pueblo de Segovia, hace más de 60 años en una tienda tradicional donde trabajan artesanalmente la porcelana.

En un punto deciden plasmar su trabajo en el mundo digital y crean su página web y Redes Sociales para darse a conocer, aumentar su visibilidad y las ventas.

Esta implicación en el mundo digital les lleva en el año 2020 a ganar la segunda posición en el Ecommerce Awards de Castilla y León.



# La Cija. Tienda de Porcelana

A día de hoy cuentan ya con 885 seguidores en Facebook y 805 en Instagram.

Disponen de gran variedad de colecciones con motivos más clásicos con estilos de artistas como Miró, o algunas más modernas y creativas como los Corazones del Año y sus juegos de té o la serie Hipster Zoo y sus divertidos dibujos.

Paralelamente, realizan de forma regular talleres de artesanía para acercar a sus seguidores a ellos, donde dan a conocer el proceso de elaboración artesano, las porcelanas, etc.



# Bere Casillas

Bere Casillas nace en el mundo online a partir de una serie de tutoriales en YouTube donde enseñaban cómo hacer diferentes nudos de corbata.

Poco después, se convirtió en una importante sastrería masculina de trajes a medida, con una experiencia de casi 40 años.



# Bere Casillas





# Otros casos

## **WhatsApp Business**

A través de estas acciones de marketing consiguen contacto más directo y cercano con los clientes, los mantiene informados sobre ofertas, promociones y productos, etc.

# Términos de Marketing Digital

# 05





# Inbound Marketing

Metodología que combina técnicas de marketing y publicidad de carácter no intrusivo. La finalidad de las acciones de Inbound Marketing es contactar con el usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.

## Áreas que incluye:

- Landing pages.
- Generación de leads.
- Email marketing.
- Marketing de Contenidos: Blogging y SEO.
- Marketing automation.
- Social media.
- Mobile marketing.



# Keyword - Palabra clave

Términos de búsqueda que introducen los usuarios en buscadores como Google y con los que las marcas se posicionan a través de acciones orgánicas o de Paid Media. Son la vía principal para que los usuarios encuentren lo que buscan y la marca se convierta en la solución a su consulta.

# KPI - Indicador de Rendimiento

Son las variables a medir y analizar para valorar el funcionamiento de las acciones llevadas a cabo en el Plan Estratégico. En función de los objetivos marcados, tendremos en cuenta unos u otros Indicadores de Rendimiento.

## Principales indicadores de rendimiento:

- **Página web**: tráfico web, canal de adquisición, comportamiento, etc.
- **Redes Sociales**: alcance, impresiones, interacción, etc.
- **Email Marketing**: porcentaje de apertura y número de clics.
- **Publicidad**: impresiones, interacciones, conversiones, tasa de conversión, etc.

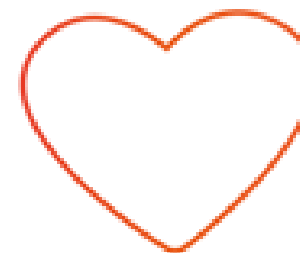
# Engagement

Compromiso que se establece entre una marca y su audiencia (consumidores y usuarios) en las distintas comunicaciones que se producen entre sí.

Cada vez adquiere más importancia en el mundo del Marketing por ser un factor clave asociado al posicionamiento y la relevancia de la marca. Engloba interacción, confianza y fidelización.

## Fórmula de engagement rate

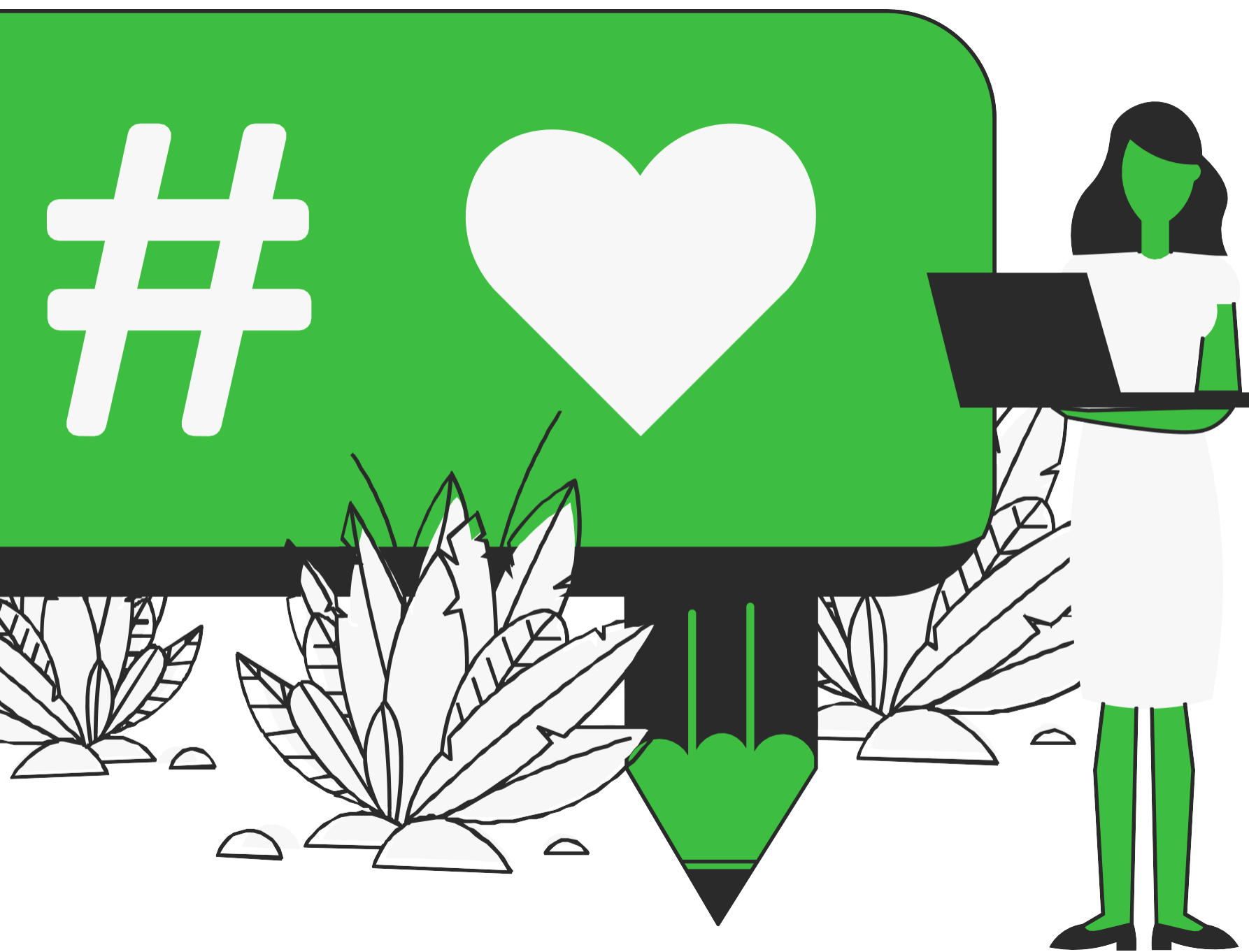
Para calcular el engagement de una sola publicación.



$$\frac{\text{TOTAL DE INTERACCIONES}}{\text{ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN}} \times 100$$

Usuarios que vieron la publicación





¡Muchas gracias!