



INSTITUTO IPRAM

ROSSY MARYORITH

LÓPEZ ACABAL

TAREA: 7

5TO ADMÓN

PROFA: MAYTEE

CLAVE"9"

2021

7

Instituto Privado
Rafael Arekalo Martínez.

Rosy Maryorith
López Acabal

5to Admón

Mercadotecnia

Mayte Escobar

2021

Tarea #7 de Merca

Rosy Marysanth Lopez Acabal

Investiga lo que se ha hecho y a tu competencia:

Toda buena campaña parte de una buena investigación. Realiza una indagación previa de otras campañas de marketing digital que se haya hecho relacionadas a tu producto o área de negocio. Investiga bien a tu competencia, qué es lo que están haciendo ahora, y cómo puedes comunicar tu diferencial.

Deberíamos observar en tu research?

- Anuncios
- contenidos
- Encuestas
- Estrategias
- público
- clientes exclusivos.

Tan importante como el diagnóstico interno: cuando la situación actual de mi negocio y su posesión qué tipo de campañas publicitarias te han funcionado, qué problemas deberías resolver.

Definir los objetivos y arma una estrategia para alcanzarlos:

Esta razón de muchas campañas terminan fallando es que no se basan en objetivos sólidos. Antes de elaborar cualquier material, analiza bien qué quieres lograr con tu campaña y qué esperas recibir de ellas: leads, reconocimientos, ventas, tráfico, Apartir de estos objetivos, basándote en investigar y definiendo una estrategia pensada para todas las etapas de la campaña y un plan que incluya.

- Audiencias.
- workflows.
- Etapas del funnel.
- contenidos y mensajes promocionales.
- listas de tareas.

Si mi objetivo es obtener mas suscriptores, mi estrategia puede ser ofrecer descuentos para quienes se suscriban.

Planificar los materiales y presupuesto.

Los materiales que se necesitan y como integrarlos al plan. Las campañas suelen contar con contenidos, gráficos y materiales como:

- Landing pages
- Google
- videos, contenidos, blog.
- anuncios de videos en facebook
- redes sociales
- Mails, mensajería y whatsapp.

Conoce las plataformas y medios. En base al conocimiento, de la audiencia y los canales donde podras conectarte con ellos. como: Webinars, Plataformas de estudio, Google Academy for And facebook Blueprint eLearning.

Disfruta de tus resultados, pero no los dejes por hay: Si tus campañas son efectivas, tendras mucho leads, Pero tambien es importante que hagas como esos leads. y utiliza plataformas. y integra tu marketing con tus canales de venta y atención para brindar una verdadera experiencia y aumenta la fidelización de los clientes.

- Gestión de atención
- Atención personalizada
- chatbots
- IVRS.

LOS 10 PASOS ESENCIALES PARA CREAR UN CAMPAÑA DE MARKETING DIGITAL

1. INVESTIGA EL PASADO Y EL PRESENTE

Haz un research en todo lo previo que ya se haya hecho relacionado a tu producto e investiga bien a tu competencia.

Anuncios • Contenidos • Estrategias • Públicos



2. PIENSA TUS OBJETIVOS Y ARMA UNA ESTRATEGIA

Analiza bien qué quieres lograr con tu campaña y qué esperas recibir de ella (leads, reconocimiento, ventas, tráfico). En conjunto con tu investigación, crea una estrategia pensada para todas las etapas y un plan para guiarlo.

Workflows • Listas de tareas • Etapas del funnel



3. PLANEA LOS MATERIALES

Sé consciente de los materiales que necesitas y cómo integrarlos a tu plan. Las campañas suelen contar con contenidos, gráficos y materiales audiovisuales como:

Landing Pages • Anuncios • Videos, contenidos de Blog y Redes Sociales • Mails, mensajería y WhatsApp



4. ESTUDIA LAS PLATAFORMAS

Conoce las plataformas donde publicarás tus campañas. Estudia y prepárate para que la creación y el resultado de tus campañas sea óptimo. Aprovecha oportunidades como:

Webinars • Plataformas de estudio • Google Academy for Ads • Facebook Blueprint eLearning



5. ORGANIZA Y PUBLICA

Ten en cuenta tu estrategia y los materiales necesarios para organizarlos. Antes de publicarlos piensa cómo se relacionan entre ellos y si funcionan sinérgicamente.

Landing pages específicas para anuncios
Landing pages para mails • Anuncios para Google ads • Anuncios para Facebook



6. MONITOREA CONSTANTEMENTE

No puedes simplemente crear tus campañas y dejarlas a la deriva, especialmente cuando son nuevas. Monitorea y haz pequeños cambios para asegurarte que los resultados son los que esperas. Utiliza herramientas para controlar el monitoreo:

A/B testing • Dashboards de analítica en tiempo real • Tracking del lead



7. REALIZA CAMBIOS

Tus campañas pueden ser muy efectivas, pero muchas cosas cambian. Las plataformas cambian su forma de trabajar, la información se actualiza, los gustos de tu cliente también. Para mantener tu campaña como nueva, sé pendiente de:

Cambios tecnológicos • Nuevas tendencias • Cambios de estrategia de tu competencia



8. ANALIZA Y REPORTA

Crea reportes y analiza tus resultados de forma periódica. De esta forma tendrás un panorama general de la campaña y podrás hacer cambios más radicales, como de estrategia o presupuesto.

Automatiza reportes con datos personalizados • Configura envíos periódicos • Compara con reportes históricos



9. AUTOMATIZA TUS PROCESOS Y NUTRE A TUS LEADS

La automatización del marketing digital es muy importante para optimizar tus recursos, especialmente para nutrir tus leads. Cuenta con una plataforma que te permita automatizar tus procesos:

Email marketing • Segmentación de públicos • Gestión de campañas



10. DISFRUTA DE TUS RESULTADOS, PERO NO LOS DEJES POR AHÍ

Si tus campañas son efectivas, tendrás muchos leads, pero también es importante qué haces con esos leads.

Además de nutrirlos, la atención que les brindas es esencial para cerrar la venta. Utiliza plataformas de:

Gestión de la atención • Atención personalizada
Chatbots • IVRs



