

Cómo aumentar tus ingresos gracias al marketing digital

Estrategias de marketing para generar ventas



CEA
Confederación de
Empresarios de Andalucía

Financiado por:



Junta de Andalucía
Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades



windup

RAFAEL ALONSO OSUNA

Business Developer & Team Leader

Licenciado en **Psicología** y Máster en **Dirección de Marketing Digital**.

+8 años experiencia en marketing digital.

Gestión de proyectos y clientes en Windup.

Profesor de marketing digital.

Windup Smart Business. Servicios de marketing digital a empresas.

Windup Smart Training. Formación para particulares (másters) y empresas (in company).

¿Qué vamos a ver?

- 1 - ¿Es rentable el marketing digital?
- 2 - Estrategias de marketing para ecommerce
- 3 - Estrategias de marketing para la generación de leads
- 4 - ¿Cuál es la mejor estrategia para mi negocio?
- 5 - ¿Cuanta inversión necesito para empezar?
- 6 - Casos de éxito.

¿Es rentable el marketing digital?



¿Es rentable el marketing digital?

Internet, clave durante la pandemia: así han cambiado los hábitos de conexión y su uso

Actualidad 18 MAY 2020

- El tráfico se ha disparado
- Aumento del uso de herramientas digitales
- Más frecuencia de conexión y durante periodos más largos

¿Es rentable el marketing digital?

IMPACTO DEL COVID-19 EN LA COMPRA ONLINE

> Frecuencia de compra online

En porcentaje.

SITUACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO

He comprado online con mayor frecuencia que la habitual

He comprado online con la misma frecuencia que la habitual

He comprado online con menor frecuencia que la habitual

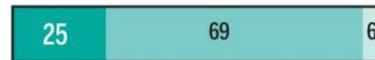


SITUACIÓN FUTURA

Aumentaré mi frecuencia de compra online habitual, mayor que antes del confinamiento

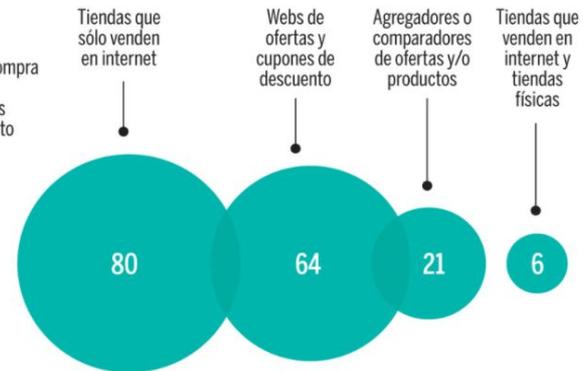
Aumentaré mi frecuencia de compra online habitual, mayor que antes del confinamiento

Disminuiré mi frecuencia de compra online habitual, menor que antes del confinamiento



> ¿Dónde se ha comprado online?

En porcentaje.



> ¿Qué se ha comprado?

En porcentaje.



Fuente: IAB Spain

Expansión

Fuente: <https://www.expansion.com/economia-digital/2020/08/20/5f3d852f468aeb11628b45c3.html>

¿Es rentable el marketing digital?

Oportunidades que YA son una realidad:

- Mayor digitalización por parte del usuario de perfil menos tecnológico.
- Nuevas audiencias.
- El canal digital aumenta su potencialidad de venta.
- Nuevos hábitos de vida (por ejemplo el “zumping”, o rupturas sentimentales a través de videollamadas).
- Ventajas significativas para quien se adapte de forma eficaz y eficiente.
- Transformación digital acelerada.

¿Es rentable el marketing digital?

Estar en internet \neq Presencia digital

- > Tener perfiles activos
- > Diferenciarte de tu competencia
- > Comunicarte con tu audiencia



¿Es rentable el marketing digital?

Si hay una estrategia detrás SI

¿Es rentable el marketing digital?

Dos formas principales de saberlo

ROI

(Ganancias)

Ganancia - Inversión

Inversión

ROAS

(Ingresos brutos)

Ganancia

Inversión

Estrategias de marketing para ecommerce

SEO

PAID
MEDIA

EMAIL
MARKETING

ANALÍTICA DIGITAL

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias SEO

- Una de las más rentables cuando no hay inversión publicitaria detrás.
- Requiere conocimiento de cómo funcionan los buscadores (Google y Youtube principalmente)
- Es un trabajo lento que requiere tiempo para ver resultados.
- Una vez empezamos a posicionarnos es cada vez más fácil (y rentable).

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias SEO

comprar aceite de oliva

All Maps Shopping Images News More Tools

About 14,200,000 results (0.66 seconds)

<https://www.miaceiteadomicilio.com> · Translate this page

Comprar Aceite de Oliva Virgen Extra

Comprar Aceite de Oliva Online. Te llevamos el mejor aceite de Jaén convencional a dónde mejor te venga ✓ Envío Gratuito ✓ Garantía de calidad ✓.



<https://aceitesvallejo.com> · tienda · Translate this page

Compra Aceite de Oliva Virgen Extra de Jaén. Tienda Online



En nuestra tienda online podrás **comprar Aceite de Oliva** Virgen Extra y Ecológico directamente a la Almazara. La mejor calidad al mejor precio.

People also ask

- ¿Cómo saber cuál es el mejor aceite de oliva?
- ¿Que desinflama el aceite de oliva?
- ¿Qué efectos tiene una cucharada de aceite de oliva?
- ¿Qué tan malo es tomar aceite de oliva?

Feedback

La idea es que nuestros productos aparezcan en el buscador por delante de la competencia, en las posiciones 1-3 de Google, y sin pagar por que estén ahí.

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias SEO

- Trabajaremos las fichas de cada producto, añadiendo información relevante para el usuario.
- Una de las mejores estrategias son las Faqs dentro de las fichas de producto.
- SEO On page bien trabajado.
- WPO y Core Web Vitals
- Análisis de palabras clave con Google Search Console o herramientas como SEMRush y Screaming Frog

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias PAID MEDIA

- Publicidad pagada tanto en Google como en Redes Sociales.
- Si disponemos de una pequeña inversión, los resultados son a corto plazo.
- El retorno, por tanto, es casi inmediato.
- Ayuda mucho al conocimiento de marca porque nosotros "decidimos" dónde aparecer.
- Penaliza si arrancamos campañas y las paramos después.

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias PAID MEDIA

comprar aceite online

[Todo](#)
[Shopping](#)
[Imágenes](#)
[Noticias](#)
[Maps](#)
[Más](#)
[Herramientas](#)

Aproximadamente 43.400.000 resultados (0,55 segundos)

Anuncios · Comprar comprar aceite online

 <p>Aceite de oliva virgen extra sin filtrar de... 6,95 € El Amasadero +5,95 € de gastos ... ★★★★★ (16) De Google</p>	 <p>¡Pack Oferta! Aceite de Oliva Virgen Extr... 79,00 € Mi Aceite a Domicilio Envío gratuito De Google</p>	 <p>Garrafa Aceite Oliva Virgen Extra 5L... 21,99 € Aceites Coosur Envío gratuito ★★★★★ (1k+) De Google</p>	 <p>Aceite Oliva Virgen Extra 5L Garrafa - L... 21,99 € La Española Aceites Envío gratuito De Google</p>
--	--	--	---

Desde hace tiempo, Google Shopping se ha convertido en una de las plataformas más grandes para los anunciantes, pero es necesario tener trabajado muy bien el SEO.

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias PAID MEDIA

- Campañas de Search Ads.
- Display Ads.
- Remarketing.
- Social Ads.
- Publicidad programática.

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias EMAIL MARKETING

- Si contamos con BBDD, es también una de las estrategias más rentables.
- Lo ideal es trabajarla en conjunto con SEO.
- Se suele necesitar también hacer marketing de contenidos.
- Trabajaremos sobre todo la recurrencia de compra.
- Podemos automatizar muchos procesos que ocurren dentro de nuestra web (como el carrito abandonado)

Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias EMAIL MARKETING

Lo más importante es segmentar nuestra BBDD y crear automatizaciones de emails que nos ayuden a tener esa recurrencia de compra.



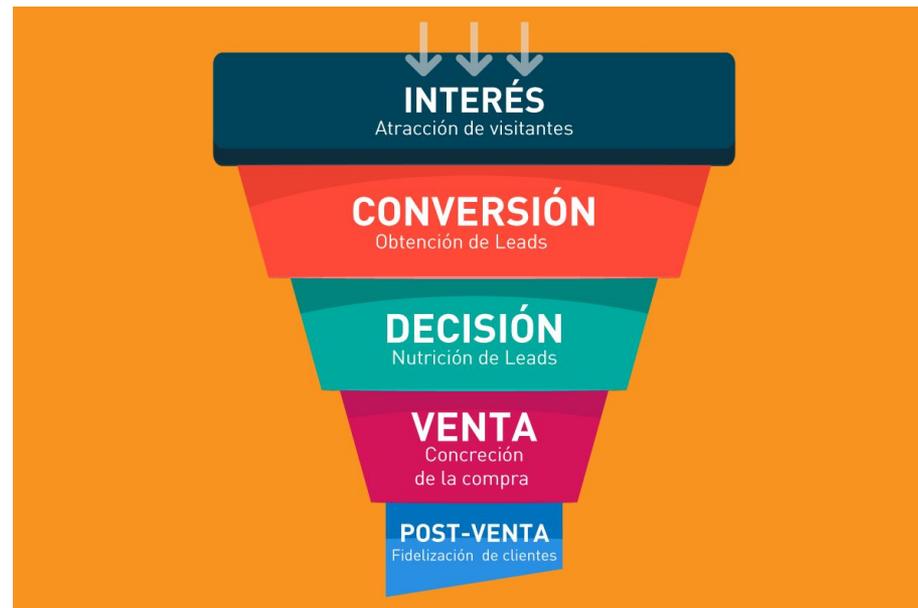
Estrategias de marketing para ecommerce

Estrategias EMAIL MARKETING

- Uso de herramientas como Mailchimp, Benchmark o Sendinblue.
- Segmentación de BBDD.
- Creación de workflows.
- Personalización.
- Email Ads.

Estrategias de marketing para la generación de leads

La principal diferencia con el ecommerce es el doble embudo comercial.



Estrategias de marketing para la generación de leads

Inbound Marketing

- Generar contenidos y atraer al cliente a la venta a través del lead nurturing.
- Estrategia combinada con SEO, Content Marketing e Email MKT.
- El contenido ha de ser de calidad y relevante para el usuario.
- Hay herramientas que lo integran todo como Hubspot (aunque hay que tener cuidado)

Estrategias de marketing para la generación de leads

Paid Media

- La publicidad la vamos a dirigir a servicios concretos o incluso a landing pages específicas.
- Remarketing y Display son dos de las estrategias más potentes.
- Generación de vídeos + Publicidad en Youtube.
- Los costes suelen ser más bajos que en ecommerce.
- Geolocalización.

Estrategias de marketing para la generación de leads

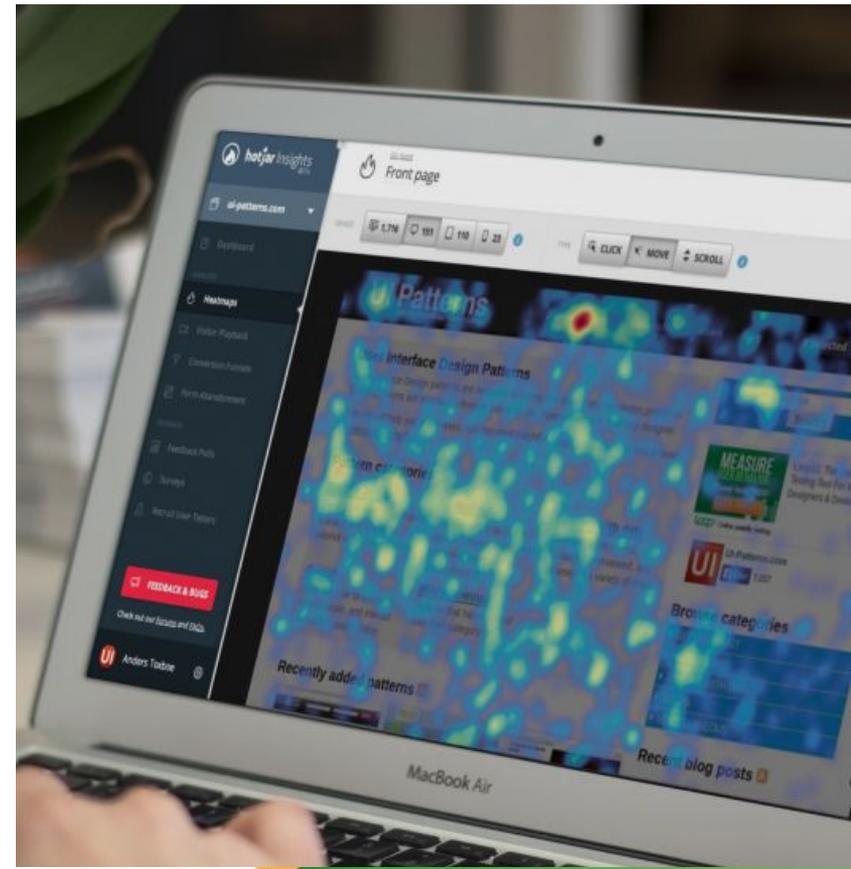
Estrategia de blog

- Es la más efectiva y la que debe centrar el resto de acciones.
- Contenido evergreen.
- Plan de contenidos mensuales.
- Creación de lead magnets.
- Combinar con acciones de Email y Content marketing.

Estrategias de marketing para la generación de leads

Analítica digital

- Necesitamos saber lo que pasa en la web para tomar decisiones.
- Tracking KPIS de rentabilidad y negocio.
- Mapas de calor y comportamiento del usuario.
- UX/UI



Estrategias de marketing para la generación de leads

Ejemplo Despacho de abogados

Artículos de blog relevantes (1 a la semana)

Recurso gratuito para el usuario

Emailing para contactos que han descargado el recurso

Anuncios remarketing

¿Cuál es la mejor estrategia para mi negocio?

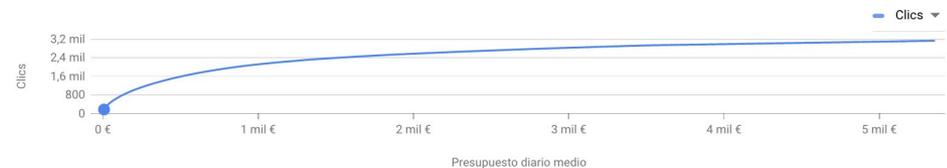
Depende de los siguientes factores

- Nivel de inversión anual en marketing digital.
- ¿Ecommerce o leads?
- ¿Cuentas con equipo interno o no?
- ¿Cuáles son tus objetivos de negocio a nivel crecimiento?
- SEO > Paid Media > Todo lo demás.

¿Cuanta inversión necesito para empezar?

- Inversión en publicidad es el mayor gasto.
- Depende de tu nicho/sector y de tu producto/servicio.
- Invertir por debajo de 200-300 € mensuales puede ser contraproducente.
- Hay que tener en cuenta la estacionalidad y la competencia.

Con tu plan, puedes conseguir **170 clics por 220 €** con un presupuesto diario medio de **7 €** [Ⓢ]



La estrategia Maximizar clics aumenta la probabilidad de alcanzar estas estimaciones consiguiéndote el máximo de clics, aunque esté limitada por el presupuesto [Editar](#) [Más información](#)

Clics	Impresiones	Coste	CTR	CPC medio	
170	6,8 mil	220 €	2,5 %	1,28 €	+ Añadir métricas de conversión
Palabra clave	↓ Clics	Impresiones	Coste	CPC medio	
funeral plans	134,11	5.947,68	175,82 €	1,31 €	
funeral insurance	18,82	508,60	25,99 €	1,38 €	
funeral cover	6,32	168,84	8,63 €	1,37 €	
low cost funeral plans	2,90	93,75	2,98 €	1,03 €	
burial insurance	2,13	72,42	3,33 €	1,57 €	
funeral expense insurance	0,21	21,69	0,25 €	1,22 €	

¿Cuanta inversión necesito para empezar?



windUP

Casos de éxito



Unicaja Baloncesto

Sector: Deporte

Servicio: Analítica – SEM

Estrategia de negocio digital + Rendimiento de negocio. Analítica digital para toma de decisiones con respecto al ROI, CRO para mejora de la tasa de conversión del KPI, gestión de campañas en Google Ads.

Mejora del ROAS en Google Ads un 43,8%. Mejora de los ingresos globales en un 34,4%.



VivaGym

Sector: Fitness

Servicio: Analítica – PPC

Estrategia de negocio digital + Rendimiento de negocio. Estrategia de analítica, CRO y PPC, mejora de la tasa de conversión del KPI principal, gestión de campañas en Google Ads, Social Ads y otras plataformas digitales.

Disminución del CPA de un 205%, incremento de conversiones en un 27,58%.



Bentley

Sector: Automoción

Servicio: Analítica – PPC – SEO

Estrategia de negocio digital + Rendimiento de negocio. Mejora de la recogida de KPIs, optimización de inversión y mantenimiento de la calidad de leads.

Reducción del coste por lead en un 66,4%.

Casos de éxito



3D for Science

Sector: Animación médica: industria farmacéutica y biotecnología

Servicio: Estrategia Digital – PPC – Email marketing – SEO – Data Analytics

Estrategia de negocio digital + Rendimiento de negocio + Inteligencia de negocio. Estrategia digital en todos los canales de adquisición: LinkedIn Ads, Google Ads, email marketing, SEO y CRO/UX.

Aumento del número de leads e incremento del ingreso medio por cliente y tipo de servicio. Crecimiento del 14% en la generación de leads cualificados de alta calidad.



Ecovidrio

Sector: Reciclaje y sostenibilidad

Servicio: SEO – Content Marketing – Diseño – PPC – Data Analytics

Rendimiento de negocio + Inteligencia de negocio. Servicios de SEO y mantenimiento de página web, Google Ads, email marketing y analítica. Diseño de estrategia digital global, definiendo stakeholders, objetivos de crecimientos e impactos en los contenidos a trabajar.

Aumento del tráfico web y la calidad del usuario en un 110%. Crecimiento del blog en un 204%.



Pharmacius

Sector: Parafarmacia

Servicio: Analítica Avanzada – Estrategia Digital – Google Ads – CRO

Estrategia de negocio digital + Rendimiento de negocio. Diseño de estrategias digitales y de PPC orientadas a mejorar el crecimiento del ROAS por tipo de campaña y canal, trabajando el dato para mejorar los procesos de conversión a nivel CRO, con el objetivo de aumentar los ingresos mensuales.

Incremento mensuales de los ingresos del 20% y del ROAS del 13%

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Coraboran:

