Plan de Marketing Digital

Paso a paso



alexrahirant.co

1

Plan de Marketing Digital

Paso a paso

Lanzarse a crear perfiles sociales sin tener un plan de marketing digital es uno de los errores más comunes (y graves) que cometen muchas pequeñas empresas.

No tener unos objetivos y el plan de acción que permita alcanzarlos, es como navegar en barco sin rumbo.

Actualmente el 95% de las pymes hacen **publicaciones en redes sociales** sin tener un **criterio táctico**, a esto lo podríamos denominar, la técnica de rellenar.



2

Plan de Marketing Digital

Paso a paso

Aunque las redes sociales han creado el mito de que todo es gratis, debes recordar que **la gestión y planificación NO es gratis**.

Es fundamental tener personal cualificado para gestionar una presencia digital corporativa, y no el típico **Sobrinity Manager que sabe manejar las redes sociales.**



Porque es necesario generar contenidos, humanizar la marca, crear anuncios de publicidad, enviar campañas de email marketing, monitorizar las métricas de rendimiento, etc, etc, etc.

3

Plan de Marketing Digital

¿Que es el Plan de Marketing?



El plan de marketing es, en definitiva, un documento que contiene toda la información necesaria para llegar a nuestra meta.

Sin embargo, es importante recordar que el **plan de marketing digital** es una parte del **Plan de Marketing**, y debe estar alineado con los objetivos del negocio.

Ya no está de moda hacer planes de marketing que resultan infumables. Es decir, con demasiadas páginas e información poco relevante.

Un **buen plan de marketing** es aquel que está ideado para separar el polvo de la paja e ir al grano sin muchos rodeos.

Dicho esto, el plan de marketing deberá tener cómo **máximo 2 páginas a dos caras**.

La **primera página** debe tener una información resumida sobre el análisis de la situación digital y los objetivos de marketing.

Y en la **segunda página**, donde se reflejan las estrategias y tácticas

4

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

1. Análisis



El primero paso para crear un plan de marketing digital es **realizar un análisis de la situación digital**.

Debes tener en cuenta que esta investigación consiste en hacer **tres tipos de análisis**:

a. Análisis interno
b. Análisis externo
c. Análisis DAFO (FODA/DOFA)

---

a. Análisis interno

Aquí será necesario hacer un diagnóstico que permita conocer la situación actual de nuestra empresa.

Esto nos ayudará a identificar en qué punto se encuentra el negocio, así como detectar las posibles mejoras para optimizar la presencia digital.

Para ello, debemos analizar los 7 puntos más importantes de nuestra situación digital interna que son:

5

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

1. Análisis



1- Sitio web: ¿WordPress o plataforma gratuita como Wix? ¿Es responsive?

2- Blog: ¿Está actualizado? ¿Cuál es la frecuencia de publicación? ¿Hay un calendario editorial? ¿Contenido se basa en keywords?

3- SEO: ¿Rankeamos en la primera página de Google? ¿Cuál es nuestra posición orgánica? ¿Qué palabras nos posicionan?

4- Redes Sociales: ¿Cuales?¿Se actualizan diariamente? ¿Cuál es el índice de participación? ¿Quién es el responsable? ¿Son las adecuadas al negocio?

5- Email Marketing: ¿Cuantos suscriptores tenemos? ¿Porcentaje medio de apertura? ¿Porcentaje medio de clicks, CTR?

6- Publicidad Digital: ¿Cuáles son las métricas en Google Ads, Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads?

7- Analítica Web: ¿Cuánto es el tráfico de visitas? ¿Qué paginas son más visitadas? ¿Número de conversiones? ¿Cuál es el tiempo de permanencia? ¿Google analytics? ¿Google search console? ¿Google My Business?

6

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

1. Análisis



alexrahirant.co

b. Análisis externo

En este tipo de análisis debemos investigar a fondo el mercado y sector donde competimos, así como la tendencia para un futuro próximo. Y es que, conocer si estamos compitiendo en un mercado que es maduro o emergente, determinará mucho las acciones que vayamos a realizar.

Hablamos de **mercado maduro** cuando hay mucha competencia, y de **mercado emergente** cuando hay poca competencia.

Cuando se analiza el mercado es necesario identificar quién es nuestro público objetivo, aunque en algunos casos puede existir varios públicos objetivos (ej: vendes ropa para hombre y/o mujer).

Una vez que identificamos a nuestro público, será imprescindible **crear el perfil de nuestro cliente ideal** en función de sus intereses, comportamientos, preocupaciones, demografía, etc.

Por otra parte, hacer una investigación a nuestra competencia más directa permitirá saber donde tienen presencia digital, qué acciones han conseguido buenos resultados, y lo errores que han cometido.

7

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

1. Análisis



alexrahirant.co

c. Análisis DAFO (FODA/DOFA)

El análisis **DOFA,** también conocido como análisis **FODA o DAFO**, es la mejor herramienta para conocer la situación real que se encuentra una empresa. Este tipo de análisis nos permite descubrir cuáles son nuestras **fortalezas y debilidades a nivel interno**. Así como identificar las **oportunidades y amenazas a nivel externo**.Así podemos determinar cuáles son las acciones que debemos ejecutar para aprovechar las oportunidades detectadas, así como estar preparados contra las amenazas teniendo consciencia de nuestras fortalezas y debilidades.

Toda la información recopilada en este análisis será clave para diseñar nuestras estrategias en el plan de marketing digital.

Las siglas **DAFO** están compuestas por los siguientes términos:
Debilidades: Los puntos débiles (nuevos en el sector, baja notoriedad de marca, etc.).
Amenazas: El entorno (competencia, situación financiera, recursos humanos, etc.).
Fortalezas: Los puntos fuertes (amplia experiencia en el sector, precio más barato, etc.).
Oportunidades: Las tendencias (estilos de vida saludable, incremento en la reparación de móviles, etc.).

8

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

1. Análisis

Oportunidades: Las tendencias (estilos de vida saludable, incremento en la reparación de móviles, etc.).

Este es el diseño básico de esta matriz para que tu realices **tu análisis DAFO**. Se recomienda añadir mínimo 3 o máximo 5 puntos claves en cada casilla.



	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNOS	F	D
EXTERNOS	O	A

9

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

2. Objetivos



El segundo paso en un plan de marketing digital es **definir los objetivos que deseas conseguir** para un plazo de tiempo específico.

Como norma general, la planificación de estrategias en un plan de marketing digital es como mínimo de 6 meses o 12 meses máximo.

Tener bien definidos unos objetivos es de **vital importancia**, ya que así no perdemos el rumbo a la hora de establecer qué estrategias y acciones se van a realizar.

Los objetivos dependerán mucho de la situación digital actual así como de los recursos humanos y económicos que tenga la empresa.

También debes recordar que para medir el **retorno de la inversión (ROI)** de tus estrategias será necesario definir unos objetivos SMART.

Existen **diferentes tipos de objetivos** que podemos definir en el plan de marketing digital:

10

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

2. Objetivos



Branding: dar a conocer nuestra empresa y los servicios o productos que vendemos.

SEO: optimizar el posicionamiento web y aumentar el tráfico orgánico.

Leads: generar una base de datos con clientes potenciales para construir una relación vía **email marketing**.

Ventas: aumentar las compras de nuestros productos o la contratación de nuestros servicios.

Retención y fidelización: afianzar nuestra relación con los clientes mediante las promociones exclusivas.

A la hora de establecer los objetivos **SMART** en tu plan de marketing digital es recomendable que sean máximo 3 o 4.

Partiendo de esta base, algunos ejemplos de objetivos SMART pueden ser:

11

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

2. Objetivos

-Aumentar un 20% el tráfico de visitas en 6 meses.

-Reducir un 10% el porcentaje de rebote en 3 meses.

-Incrementar un 30% las conversiones de leads cualificados en 4 meses.

-Conseguir hasta el 45% la tasa de apertura en email marketing en 6 meses.

-Impulsar un 15% las ventas de nuestra tienda online en 6 meses.



12

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

3. Estrategias y tácticas



El tercer paso en nuestro plan de marketing digital es **definir qué camino vamos a seguir.**

Tanto las estrategias como las tácticas van a depender siempre de nuestros objetivos. Pero como ya he comentado, los recursos humanos y económicos también van a determinar si es posible alcanzarlos.

En definitiva, aquí será necesario establecer qué vamos hacer para cada objetivo.

Supongamos que hemos definido los objetivos, y vamos a establecer las **estrategias y tácticas correspondientes**:

Objetivo 1: Mejorar el posicionamiento web orgánico
-Estrategia: crear un blog corporativo / optimizar el contenido del blog.
-Táctica: publicación de artículos educacionales / actualizar los contenidos antiguos.
Objetivo 2: Generar mas leads cualificados
-Estrategia: Diseñar una página de aterrizaje (landing page)
-Táctica: crear un webinar o ebook gratuito.

13

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

3. Estrategias y tácticas



Objetivo 3: Reducir los abandonos en el carrito de compra
-Estrategia: mejorar la experiencia de usuario.
-Táctica: analizar el formulario de pedido. Reenvio de correos con carro olvidado.

Objetivo 4: Aumentar la notoriedad de la empresa
-Estrategia: crear página de Facebook y canal de YouTube
-Táctica: creación de contenidos educacionales y videos tutoriales.

Debes recordar que todo plan de marketing digital debe marcarse un reto claro y un territorio por donde moverse.

El reto debe estar en línea con los objetivos marcados, y que algunos pueden ser tal como:

-Convertirnos en la mejor plataforma de empleo juvenil.
-Posicionar la marca en el mercado de nutrición ecológica.
-Destacar en redes sociales frente a nuestra competencia directa.
-Ser un referente en el sector de la restauración de bienes culturales.

14

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

3. Estrategias y tácticas

Respecto al territorio es necesario establecer un marco de actuación, y no en términos geográficos sino en cuanto a mercado.

Es decir, supongamos que tu empresa vende repuestos exclusivos para motos.

Aquí no es lo mismo vender en el territorio para alquiler de motos que para reparación de motos.



15

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

4. Acciones

El cuarto paso en un plan de marketing digital es **definir una hoja de ruta** que nos permita alcanzar los objetivos **SMART**.

Todo plan de marketing requiere de un desarrollo táctico que haga realidad el plan estratégico, es el cómo hacer las cosas en el corto plazo.

Un plan de acciones debe responder a las siguientes preguntas para que se pueda llevar a cabo:

-¿Por qué digo las cosas?
-¿Qué tengo que decir?
-¿A quién se lo digo?
-¿Cuándo se lo comunico?
-¿Dónde se lo comunico?
-¿Cómo lo hago?
-¿Cuantas veces tengo que decirlo?



16

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

4. Acciones

Una vez identificado **QUÉ objetivos deseamos** conseguir y cómo lo vamos a realizar con nuestros recursos disponibles, debemos ir al **CÓMO.**

Para ello, y teniendo en cuenta la serie de preguntas anteriores, tenemos que diseñar nuestro **plan de acciones.**

El plan de acciones en nuestro plan de marketing digital **tiene que contener** los siguientes 9 campos e información:

-Objetivos
-Medio/Canal
-Quién
-Qué
-Dónde
-Cómo
-Cuándo
-KPIs (key performance indicator)
-Inversión (dolares, euros, pesos, etc.)



17

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

El quinto paso en nuestro plan de marketing digital consiste básicamente en **saber cómo realizar la medición de nuestras acciones** y el **retorno de inversión (ROI).**

Es cierto que la medición no apasiona a mucha gente, pero si no mides, estarás malgastando el tiempo y el dinero.

Dicho esto, habrá que realizar informes mensualmente para hacer un seguimiento y comprobar si estamos cumpliendo nuestras expectativas.
Sin embargo, antes **debemos tener definidos los KPIs** en nuestro plan de marketing digital.

Los indicadores claves de rendimiento o **KPI son métricas que permiten conocer el rendimiento de cualquier estrategia** y acción específica.

Para la medición de resultados o KPIs será recomendable hacer informes por cada estrategia, ya que su interpretación será más fácil y cómoda.
Vamos a suponer que deseamos hacer un informe para un Sitio web/ Blog.

En este informe deberíamos reflejar las siguientes métricas:

18

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir



Sitio web / Blog

En este informe deberíamos reflejar la siguientes métricas como pueden ser:

-Sesiones totales.
-Usuarios.
-Número de páginas vistas únicas.
-Páginas por sesión.
-Número de conversiones (Leads).
-Fuentes de conversiones (leads).

Sesiones por:
-Fuentes (Orgánico, Directo, Social, Referencial, Email, Otros).
-Canales sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc).
-Dispositivos (PC, móvil, tablet).
-Campañas.

19

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

SEO

Para una estrategia de posicionamiento web es recomendable hacer un informe SEO con las siguientes métricas:

-Tráfico orgánico.
-Sesiones y tiempo de permanencia (promedio) por tipo de usuario (nuevos y recurrentes).
-Sesiones por canales de tráfico y tiempo de permanencia.
-Porcentaje de conversiones por canales de tráfico.
-Páginas más visitadas y tiempo de permanencia (promedio).
-Sesiones orgánicas por palabras claves.
-Conversiones por tráfico orgánico y pagado (adwords).
-Páginas con mayor número de conversiones.



20

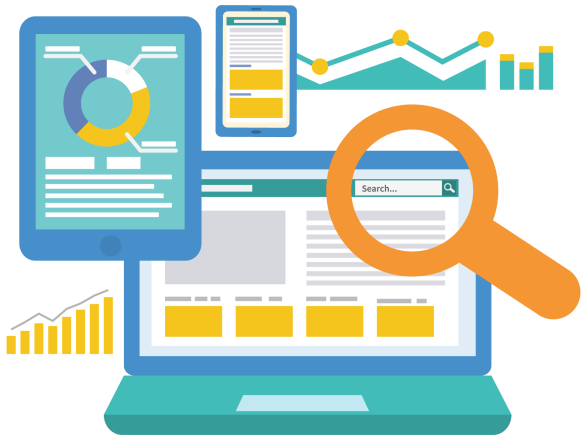
Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

Tráfico orgánico

-Sesiones y tiempo de permanencia (promedio) por tiempo de usuario
-(nuevos y recurrentes)
-Sesiones por canales de tráfico y tiempo de permanencia.
-Porcentaje de conversiones por canales de tráfico
-Páginas más visitadas y tiempo de permanencia.
-Sesiones orgánicas por palabras claves.
-Conversiones por tráfico orgánico y pagado.
-Páginas con mayor número de conversiones.



21

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

Redes Sociales

A pesar de que las plataformas sociales ofrecen sus propias estadísticas, deberás crear tu informe personalizado con las métricas de cada red social.

Facebook

-Número de fans.
-Alcance orgánico.
-Nivel de interacción.
-Acciones en la página.
-Clics en la llamada a la acción de la página.
-Clics en el sitio web.
-Indice de respuesta en Facebook Messenger
-Tiempo de respuesta en Facebook Messenger



22

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

Twitter

-Número de seguidores
-Visitas al perfil
-Número de tweets
-Número de menciones
-Impresiones
-Tweets con alcance al perfil

Instagram

-Número de seguidores
-Alcance de publicaciones
-Número de impresiones
-Visitas al perfil
-Clics en el sitio web
-Publicaciones más destacadas

23

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

Youtube

-Tiempo de visualización
-Duración media de las reproducciones
-Porcentaje medio reproducido
-Retención de la audiencia
-Ubicaciones de reproducción
-Fuentes de tráfico
-Interacción de la audiencia
-Número de suscriptores
-Me gusta y no me gusta
-Comentarios



Email Marketing

Si estamos realizando campañas de email marketing es fundamental incluir estas métricas:

-Tasa de apertura
-Tasa de click
-Número total de aperturas

24

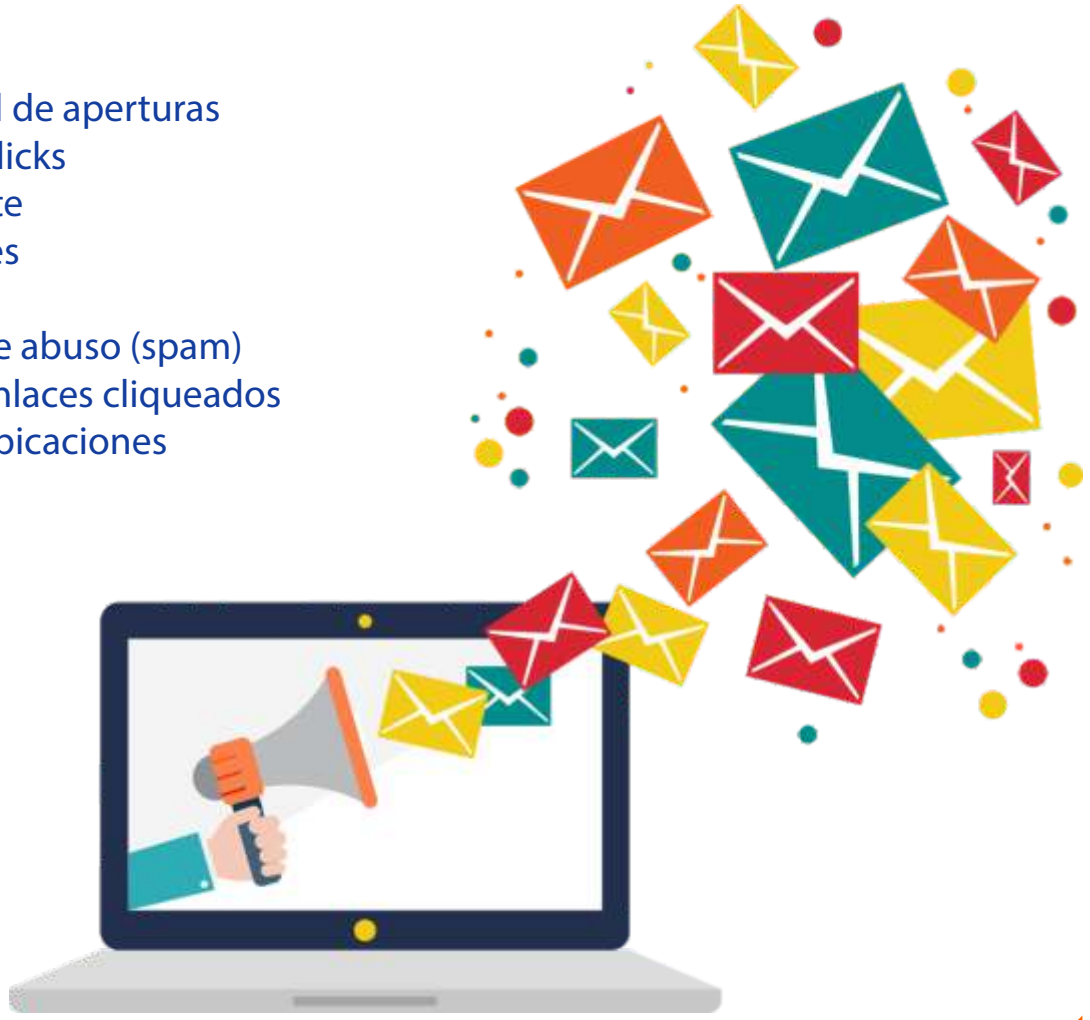
Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital

5 claves - paso a paso

5. Medir y medir

-Número total de aperturas
-Número de clicks
-Tasa de rebote
-Cancelaciones
-Reenviados
-Demandas de abuso (spam)
-Principales enlaces cliqueados
-Principales ubicaciones



25

Plan de Marketing Digital

Como hacer un Plan de Marketing Digital
5 claves - paso a paso

Conclusión

No importa si eres una pyme, micro pyme o freelance. Necesitas un plan de marketing digital si quieres tener presencia en Internet.

Esto, puede parecerte una tarea aburrida, o simplemente no has nacido para hacerlo por ti mismo, por lo que, ponerlo en manos de profesionales debe convertirse en tu mejor opción, jamás olvides que invertir en ello, bien vale la pena.

Si necesitas asesoría o el manejo de tus campañas, diseño de tu sitio web y/o ecommerce, redes sociales, contáctanos.



alexrahirant.co
alexrahirant@gmail.com



alexrahirant.co
alexrahirant@gmail.com