

**MÉTODO
Trescom**

_ ORGANIZA TUS IDEAS

Tips de marketing digital para subir de nivel

trescom

Tips de marketing digital para subir de nivel

**MÉTODO
Trescom**

_ORGANIZA TUS IDEAS

¿Qué es?

¿Qué tipo de contenido triunfa en las redes sociales? ¿Cómo aprovechar el marketing de contenidos para atraer a potenciales clientes? ¿Qué aspectos has de tener en cuenta al hacer una campaña de Email Marketing?

En Trescom Digital hemos querido elaborar una guía que te sea de utilidad en un campo del marketing y la comunicación que está en constante evolución. Una serie de claves para corregir errores de lo más comunes, optimizar tus campañas y ayudarte a estar siempre al día.

Todo ello explicado de tú a tú. Que la planificación de campañas exitosas ya es lo suficientemente compleja como para complicarla aún más nosotros con lenguaje enrevesado.

Esperamos te sea de gran ayuda.

No comiences la casa por el tejado

0 1
/
1 0

Antes de entrar a ver diversos consejos para cada una de las herramientas que integran el marketing digital, empecemos por lo más básico y sí, también lo más importante: la planificación.

Todos tus esfuerzos de marketing y comunicación digital han de ir alineados y perseguir objetivos complementarios (todos para uno, y uno para todos). Objetivos que deben definirse de forma SMART:

- Specific (Específicos).
- Measurable (Medibles).
- Achievable (Alcanzables).
- Realistic (Realistas).
- Timely (Definidos para un plazo de tiempo determinado).

Asegúrate que todas tus acciones de comunicación persiguen los objetivos estipulados y que, a su vez, comparten un mismo diseño y línea visual definidos en el [Brand kit](#).

Inbound Marketing: la importancia del contenido

El 60% de los usuarios mejora su opinión de una empresa tras leer contenido personalizado en su web.*

El Inbound Marketing (o marketing de contenidos) es más necesario que nunca para atraer a tu potencial cliente, generar interés, ganarse su confianza y lograr su fidelización.

Apuesta por crear contenido de calidad y utilidad, que aporte valor destacando sobre los demás, y tus clientes apostarán por ti.

0 2
/
1 0

El contenido que triunfa.

Sea en redes sociales, el blog corporativo de tu empresa o incluso tus campañas de mailing, has de saber cuál es el contenido que actualmente genera mayor interacción*:

- Sorteos/concursos.
- Novedades y ventajas de productos.
- Recetas.
- Consejos.
- Humor/frases creativas.

0 3
/
1 0

¿Necesitas más ideas de contenido para tu marca?

Crear una red interconectada de contenidos te ayudará a impactar más a tus usuarios, a trabajar el posicionamiento SEO y a darle más densidad a tu marca. Aquí algunas ideas más:

-  Cómo hacer
-  Guías
-  Tutoriales
-  Vídeo tutoriales
-  Rankings
-  Check list
-  Glosarios de términos
-  Listas
-  Consejos
-  Notas de prensa
-  Making of
-  Casos de éxito
-  Reseñas
-  Recopilaciones
-  Tendencias
-  Resumen de eventos
-  Herramientas
-  FAQs
-  Entrevistas
-  Noticias
-  Encuestas
-  Newsletters
-  Podcasts
-  Webinars
-  Landing Pages
-  Ebooks
-  Plantillas
-  Citas o frases
-  GIF
-  Infografías
-  Clips de vídeo
-  Vídeos en directo
-  Concursos
-  Descuentos
-  Ofertas

0 4
/
1 0

El calendario de contenidos: una herramienta de gran ayuda

Los calendarios de contenidos son la herramienta perfecta para que tanto cliente como agencia tengan claro, con la suficiente previsión de tiempo, qué temas van a tratarse.

Este calendario de contenidos ha de dar respuesta a 3 premisas muy simples:

- Qué tienes que publicar.
- Dónde debes de hacerlo.
- Cuándo vas a publicarlo.

Con todo, no se debe tratar como un todo cerrado. El calendario de contenidos debe ser flexible a posibles modificaciones, sea por la celebración de acontecimientos especiales o por la aparición de circunstancias inesperadas.

0 5
/
1 0

Redes Sociales: ¿cuál es el panorama actual en España?

Estar siempre al tanto de la evolución de las RRSS nos permitirá ser más eficaces en ellas:



La edad promedio es de **40 años**; y el 51% tienen estudios universitarios. En cuanto a sexo está la cosa bastante igualada.



WhatsApp se mantiene como la red social con **más usuarios**, seguida de Facebook, YouTube, Instagram y Twitter.



WhatsApp e Instagram son las dos redes sociales con mayor **frecuencia de uso**. Lo siguen Facebook, YouTube y Twitter.



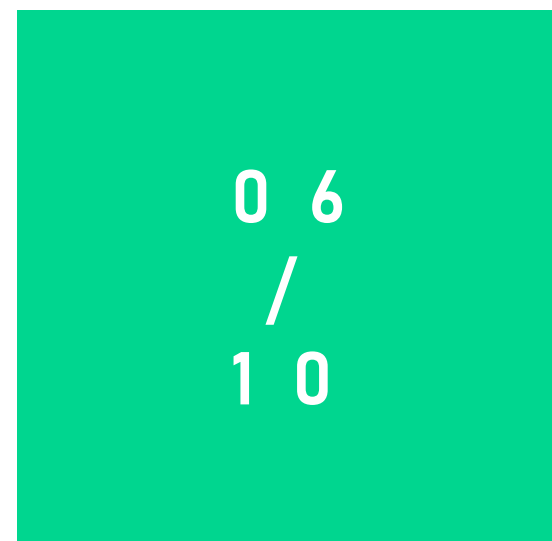
El **móvil** sigue siendo el principal dispositivo para conectarse a redes sociales.



La **franja horaria** en la que, de media, los usuarios están más conectados es de 16:00 a 20:30.



El 29% de los usuarios tienen **más confianza** hacia las marcas que tienen perfiles en redes sociales.



07
/
10

El asunto del mail: más fallos de los que crees

¿Sabías que una persona promedio recibe entre 150-180 correos electrónicos por día?

En el asunto de tus campañas de mailing está la clave para que tus correos no acaben en la papelera. Sin embargo, en este sentido se cometen más de uno, dos y tres fallos.

Para lograr un asunto de 10 te recomendamos:

- Textos sencillos y directos. No más de 60 caracteres (una media de 9 palabras).
- Personalízalos. Incluye el nombre del destinatario.
- No uses mayúsculas para todo el asunto. A nadie le gusta que le griten.
- Evita las palabras Spam. Aquellas que llevarán tu correo a la lista de no deseados. “Has ganado”, “Compra ahora mismo”, “Urgente”, “Mejor Precio” o “Gratis” son solo algunas de ellas.

Paid Media: en la segmentación está la clave

¿La creatividad y copy que la acompañan no son importantes? Por supuesto que sí lo son. Con todo, el éxito y eficacia de plataformas publicitarias como Google Ads, Facebook Ads o LinkedIn Ads (por mencionar solo a tres) reside en su capacidad de segmentación.

La posibilidad de impactar al usuario adecuado, a tu potencial cliente; así como ir aprendiendo a medida que realizas diversas campañas a qué público y con qué mensaje consigues mejores resultados.

Para ello no solo te fijas en la edad, el sexo o la ubicación. Ten también siempre presente sus intereses, el dispositivo desde el cual acceden, comportamientos... Sin olvidarnos de la posibilidad de hacer Remarketing.

Afinar todos estos parámetros y exprimir al máximo sus funcionalidades te permitirá alcanzar el éxito en tus campañas.

0 8
/
1 0

SEO (o cómo evitar los fallos más comunes de posicionamiento)

A día de hoy, la importancia del SEO está más que demostrada: los primeros 5 resultados de Google representan el 67,60% de todos los clics: del 6º al 10º resultado ese porcentaje baja al 3,73%. A partir de ahí, el olvido.*

Sin embargo, el posicionamiento web no es un todo inmutable. Cada dos por tres, Google realiza cambios en su algoritmo frente a los cuales hemos de estar informados y preparados.

Una constante necesidad de actualización que lleva a fallos más o menos recurrentes como son, actualmente, los siguientes:

- Contenido duplicado.
- Baja velocidad de carga de tu web.
- Ausencia de diseño responsivo según los parámetros del Mobile First.
- Contenido no optimizado de cara al posicionamiento.
- Sobreoptimización de Keywords.
- Compra de enlaces entrantes artificiales.

0 9
/
1 0

Analiza, analiza y vuelve a analizar

Hagas lo que hagas, siempre analiza los resultados. Comprueba si las acciones implementadas han conseguido los objetivos deseados.

Google Analytics, Metricool, Semrush o Mailchimp son solo algunas de las muchas herramientas que te permitirán saber qué funciona y qué no.

Utiliza dichas analíticas para aprender, mejorar y volver a implementar.

La perseverancia tiene su recompensa.

1 0
/
1 0

**No es tan difícil,
solo hay que
comenzar.**

trescom

Edificio The Valley
Torregalindo, 1 – 3ª planta
280216 Madrid info@trescom.es
914 115 868
trescom.es