

# Plan de márketing dixital

DANI CERQUEIRO

**CFR**

4 XUÑO 2014



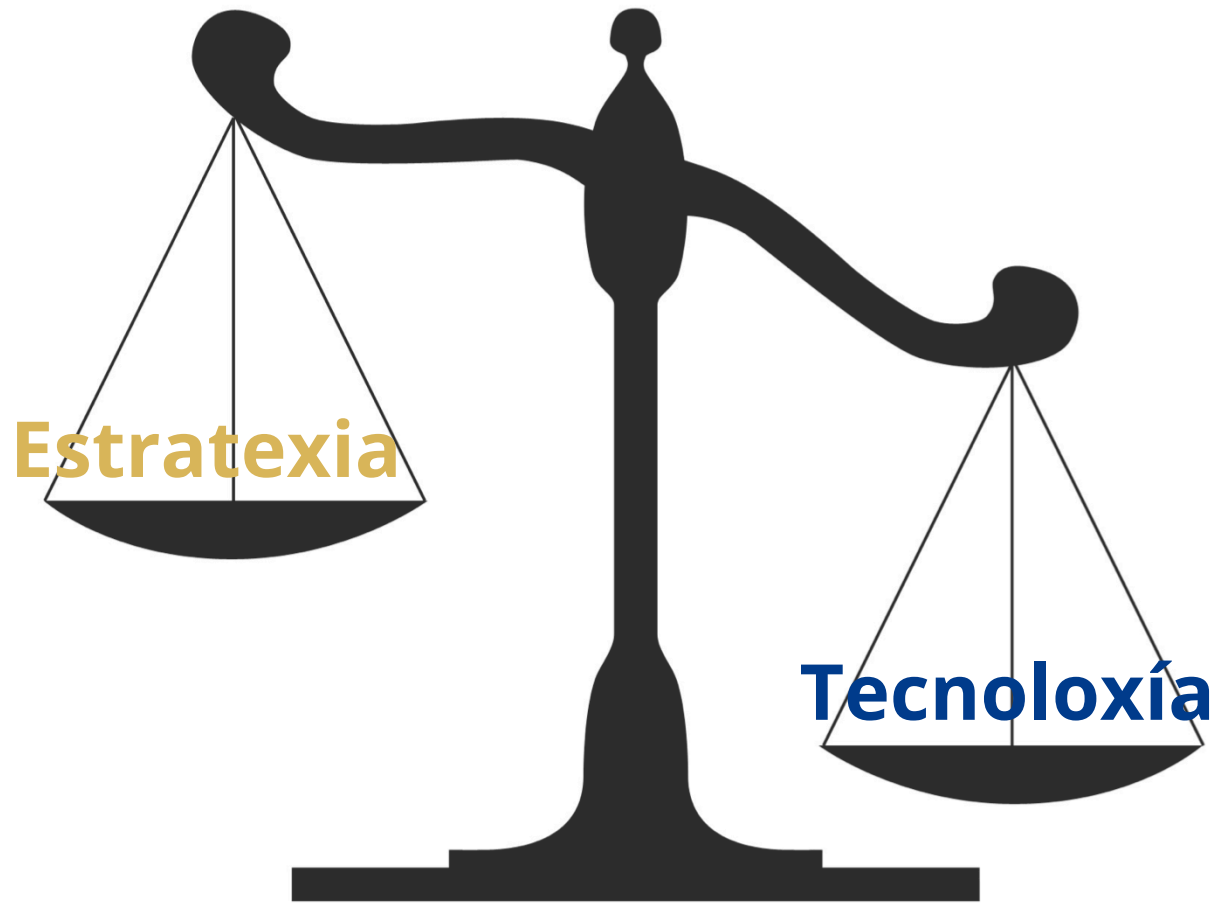


Portada revista *Wired*  
(2010)

- Ola, quero unha  
tenda online.

- O que vostede  
quere é tirar cos  
cartos.







# Por isto, necesitamos un plan...



# O plan de márketing dixital

# O márketing dixital

Aplicación das ferramentas de internet á consecución de obxectivos de marketing relacionados coas 4 P's tradicionais.



## 2 conceptos clave: conversión e captación



# O plan de márketing

O plan de márketing é un documento escrito e eminentemente práctico, no cal, tras unha análise interna e externa, se definen os obxectivos, estratexias e accións para acadar unha meta específica.

# O plan de márketing

- Análise interno (onde estamos?)
- Benchmarking (que está a facer a competencia?)
- Fixación de obxectivos (a onde queremos ir?)
- Estratexia (que facemos para chegar?)
- Plan de acción (como chegamos?)

# Análise interno

Que estamos a facer na actualidade?

Con que recursos (internos e externos) contamos?

Con que capacidades contamos?

Cal é o noso público obxectivo?

Cal é o noso posicionamento de marca?

Como é a nosa comunicación?

Que ferramentas utilizamos? Como están a funcionar?

# *Benchmarking*

Quen son os nosos principais competidores?

Que aspectos diferencian aos competidores?

Con que vantaxes competitivas contan?

A que público obxectivo se dirixen?

Que están a facer en RRSS?

Que tipos de contidos crean?

Que accións / campañas levan a cabo?



# Obxectivos

- S** Específicos
- M** Medibles
- A** Alcanzables
- R** Relevantes
- T** Delimitados no tempo



# Estratexia

Diferenciación

Posicionamento de marca

Segmentación

Fidelización

# Plan de acción



# Ferramentas de marketing digital

# Redes sociais



# Facebook



Rede social básica en calquera estratexia de márketing.

+1 000 millóns de usuarios.

Fidelización de clientes.

Branding.

Redirección de tráfico para as distintas webs.

Publicidade moi segmentada con Facebook Ads.

Ferramentas: aplicacións, eventos, promocións, etc.

# Facebook: Páxina vs perfil persoal

- ✓ Número de contactos ilimitado (límite 5.000 amigos nun perfil persoal ).
- ✓ Mellor indexación en buscadores.
- ✓ Acceso a estatísticas (Facebook Insights).
- ✓ Pestañas personalizadas (Facebook Tabs).
- ✓ Concursos, sorteos, promocións, etc.
- ✓ Anuncios (Facebook Ads).
- ✓ Acceso varios administradores.
- ✓ Condicións Facebook (pode pechar perfil persoal de empresa).



# Exemplo de éxito: Obermutton

## Vídeo



# Facebook Insights

## Sistema de estadísticas de Facebook



# Facebook Insights

## Resultados e impacto por publicación

Alcance: orgánico/pagado  Clics en publicaciones  Me gusta, comentarios y veces que se compartió

| Fecha de publicación | Publicación                                                                                                                                                           | Tipo                                                                                | Segmentación                                                                        | Alcance                                                                                  | Participación | Promocionar                                         |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------|
| 30/06/2014<br>16:15  |  Viaje en el tiempo por Carballo <a href="http://ow.ly/yAEx8">http://ow.ly/yAEx8</a> |  |  | 3,3K  | 115<br>105    | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 30/06/2014<br>13:52  |  Viaxa no tempo por Carballo                                                         |  |  | 6,1K  | 5,5K<br>262   | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 30/06/2014<br>10:50  |  Coche de liña de Edesio Villar Lema                                                 |  |  | 1,6K  | 44<br>138     | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 27/06/2014<br>10:25  |  De merendola na festa do Bosque                                                     |  |  | 178   | 27<br>97      | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 25/06/2014<br>12:25  |  Cuña de radio de Carballo na Memoria                                                |  |  | 1K    | 47<br>8       | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 23/06/2014<br>10:12  |  No San Xoán paseando pola beirarrúa do Concello                                     |  |  | 15    | 21<br>110     | <input type="button" value="Promover publicación"/> |
| 20/06/2014<br>9:51   |  Outra foto da Festa do Bosque, de 1966                                              |  |  | 2K    | 501<br>118    | <input type="button" value="Promover publicación"/> |

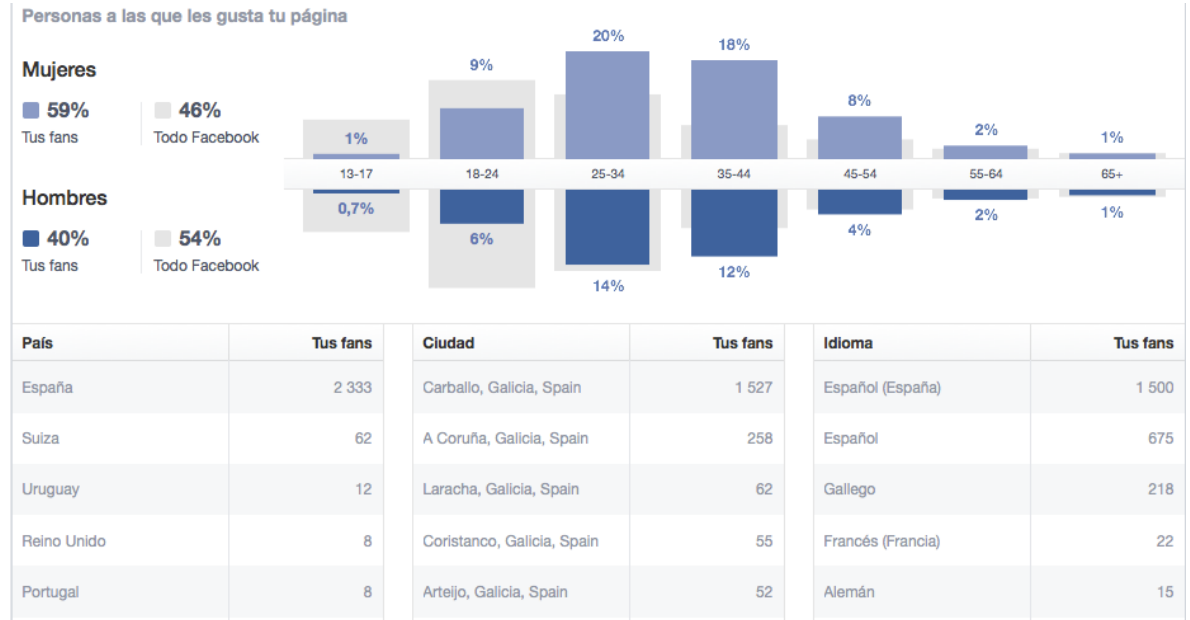
# Facebook Insights

## Optimización dos momentos de publicación



# Facebook Insights

## Información sobre os nosos seguidores



# Facebook Ads

Diferentes  
tipos de  
objetivos

¿Qué tipo de resultados quieres para tus anuncios?



Interacción con una publicación



"Me gusta" de la página



Clics en el sitio web



Conversiones en el sitio web



Instalaciones de tu aplicación



Interacción con tu aplicación



Respuestas a eventos



Solicitudes de ofertas

# Facebook Ads

Segmentación  
por multitude  
de parámetros

**Ubicaciones**  España  
Galicia  
Agrega un país, estado/provincia, ciudad o código postal

**Edad**  25 ▾ - 45 ▾

**Sexo**  Todos Hombres Mujeres

**Idiomas**  Ingresa un idioma...  
Más datos demográficos ▾

**Intereses**  Pasatiempos y actividades > Mascotas  
Pesca  
Busca intereses | Sugerencias | Explorar

**Comportamientos**  Usuario de dispositivo móvil  
Smartphones y tablets  
Busca comportamientos | Explorar

## Definición del público



Tu audiencia está definida.

## Detalles del público:

- Ubicación:
  - Galicia, España
- Edad:
  - 25-45
- Intereses:
  - Pesca
- Comportamientos:
  - Smartphones and tablets

Alcance potencial: 14 600 personas

# Facebook Ads

Definición de  
orçamento:

- ▶ Diario
- ▶ Total campaña

## Campaña y conjunto de anuncios

Campaña ⓘ Campaña de prueba [Cambiar campaña](#)

---

Nombre del conjunto de anuncios ⓘ

Presupuesto ⓘ Por día ▼

Periodo de circulación ⓘ ☒ Poner mi conjunto de anuncios en circulación continuamente a partir de hoy

☐ Definir una fecha de inicio y de finalización



# Facebook Ads

## Custe por clic (CPC)

### Pujas y precios

Pujas ⓘ

Optimizar para conseguir clics ▾

Para la mayoría de los anunciantes, la optimización del objetivo generalmente tiene un mejor rendimiento. [Volver a la versión anterior.](#)

Precio ⓘ

Se te cobrará cada vez que alguien haga clic en tu anuncio.

- ☐ Optimizar automáticamente tu puja para obtener más clics
- ☒ Configurar manualmente tu puja máxima por clics (CPC)

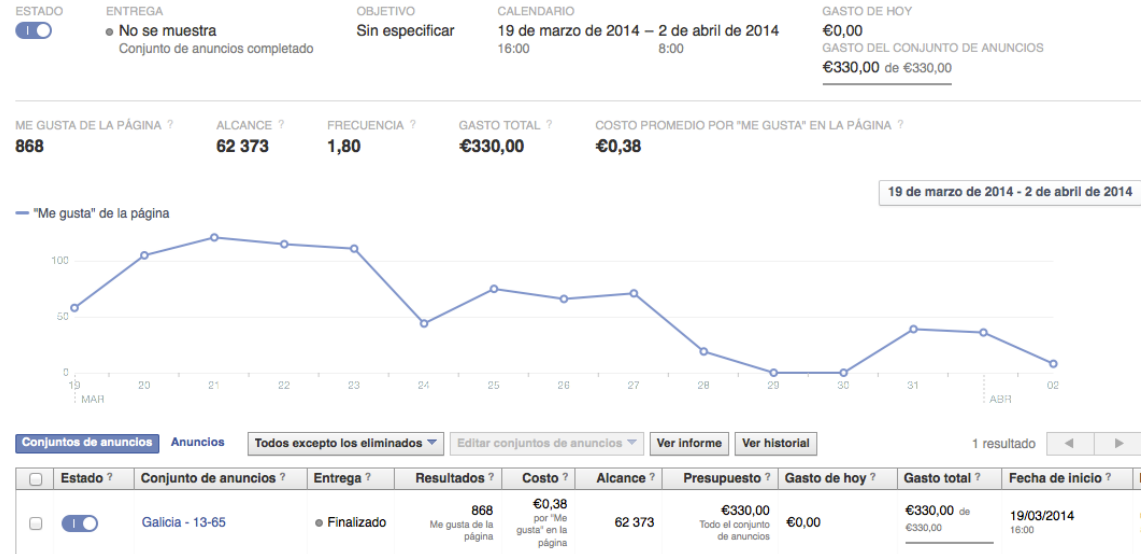
€ 0,25 EUR

puja máxima por clic

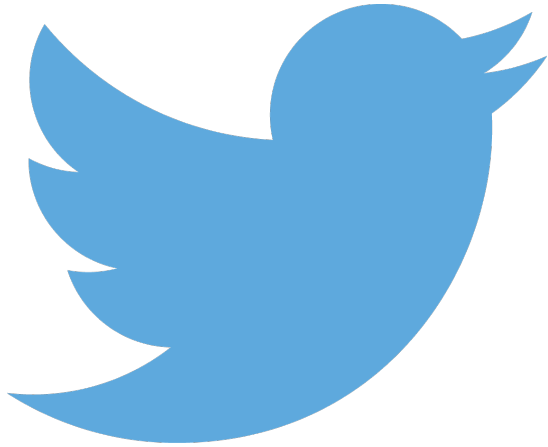
Puja sugerida: € 0,18—€ 0,35 EUR ⓘ

# Facebook Ads

## Medición de resultados



# Twitter



Rede de microblogging (publicacións de 140 caracteres).

+500 millóns de usuarios.

Moi eficaz como canle de atención ao cliente.

Branding.

Redirección de tráfico para as distintas webs.

Seguimento de tendencias e hashtags.

# Twitter: Glosario de termos

**Tuits.** Mensaxes que se envían públicamente a través de Twitter.

**Retuits (RT).** Redifundir un tuit dun usuario. Retuitearemos contido de calidade e de interese para os nosos seguidores.

**Mencións.** Mensaxes que se envían públicamente a través de Twitter pero que van dirixidas a un usuario concreto.  
Ex. *Gracias por seguirnos @anadiazperez*

**Seguindo (following).** Hai que seguir as personas de relevancia do sector (competidores, influencers...).

**Seguidores (follower).** É importante interactuar con eles. Monitorizar a web en busca de comentarios interesantes e facer algún RT de comentarios relacionados con algún tema de actualidade ou interese.

**Mensaxes directas (DM).** Twitter tamén permite enviar/recibir tuits de forma privada. Para algunha pregunta concreta de usuarios pode ser unha boa forma de responder.

**Hashtag (#).** Palabras ou frases precedidas do símbolo #. É unha forma de etiquetar ou clasificar os tuits de maneira que se agrupen ao redor dun tema común.

**Trending Topic (TT).** O tema do momento; frases, hastags ou palabras que se están utilizando con maior frecuencia en Twitter nun momento dado. Podemos ver TT por ubicación xeográfica ou por interese.

# Exemplo de éxito como canle de atención ao cliente: R

agora tamén móbil

R

Chíos

Seguinto

Seguidores

Favoritos

Listaxes

Chío a R Cable Galicia

@quecheparece

Fotos e vídeos



A quen seguir? · Actualizar · Ver todo

imaxdi @imaxdi

Seguir

AGAL @AGALgz

Seguir

Katie Bone @Katies\_Bones

Seguir

Contas populares · Atopar amigos



R Cable Galicia

@quecheparece

SÉQUETE

Twitter oficial de R, o operador galego de comunicacións por fibra óptica. Teléfono: 1445. Email: fala-con-R@mundo-R.net  
facebook.com/quecheparece  
Galicia · mundo-R.com

31.945

CHÍOS

2.069

SEGUINDO

9.282

SEGUIDORES

 **Seguinto**

 Seguinto por Frutas Lar, Gabriel S. Balirac, Código Cero e 100+ máis.

Chíos

 **R Cable Galicia** @quecheparece 43m

@Javten Si, igual lles sae á conta. Ou igual non esperan sanción.

Ver conversa Responder Rechío Favorito Máis

 **R Cable Galicia** @quecheparece 47m

@carnotan Si, claro. Incluso en clientes.mundo-r.com se pode facer o trámite

Ver conversa Responder Rechío Favorito Pocket Máis

 **R Cable Galicia** @quecheparece 51m

@rafateixeiro De acordo. Se precisas calquera cousa, avísame. Un saúdo!

Ver conversa Responder Rechío Favorito Máis

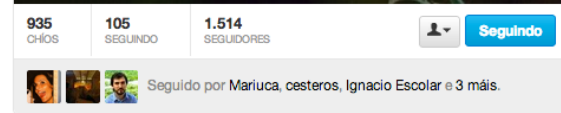
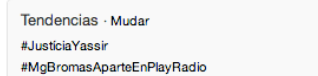
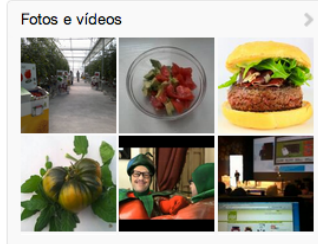
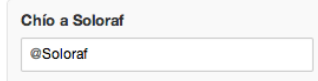
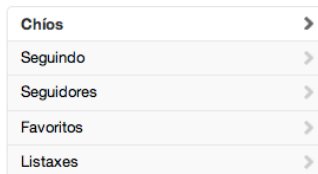
 **R Cable Galicia** @quecheparece 52m

E ti que prefires, prezos claros ou prezos sen IVE, sen liña e con "truco"? ir.gl/prezoscontruco

Plan de márketing dixital

Ferramentas de márketing dixital

# Exemplo de éxito para a posta en valor do produto: Solo Raf



# Instagram



Rede social baseada na fotografía.

Carácterízase polo emprego de filtros propios da aplicación.

Posibilidade de crear promocións.

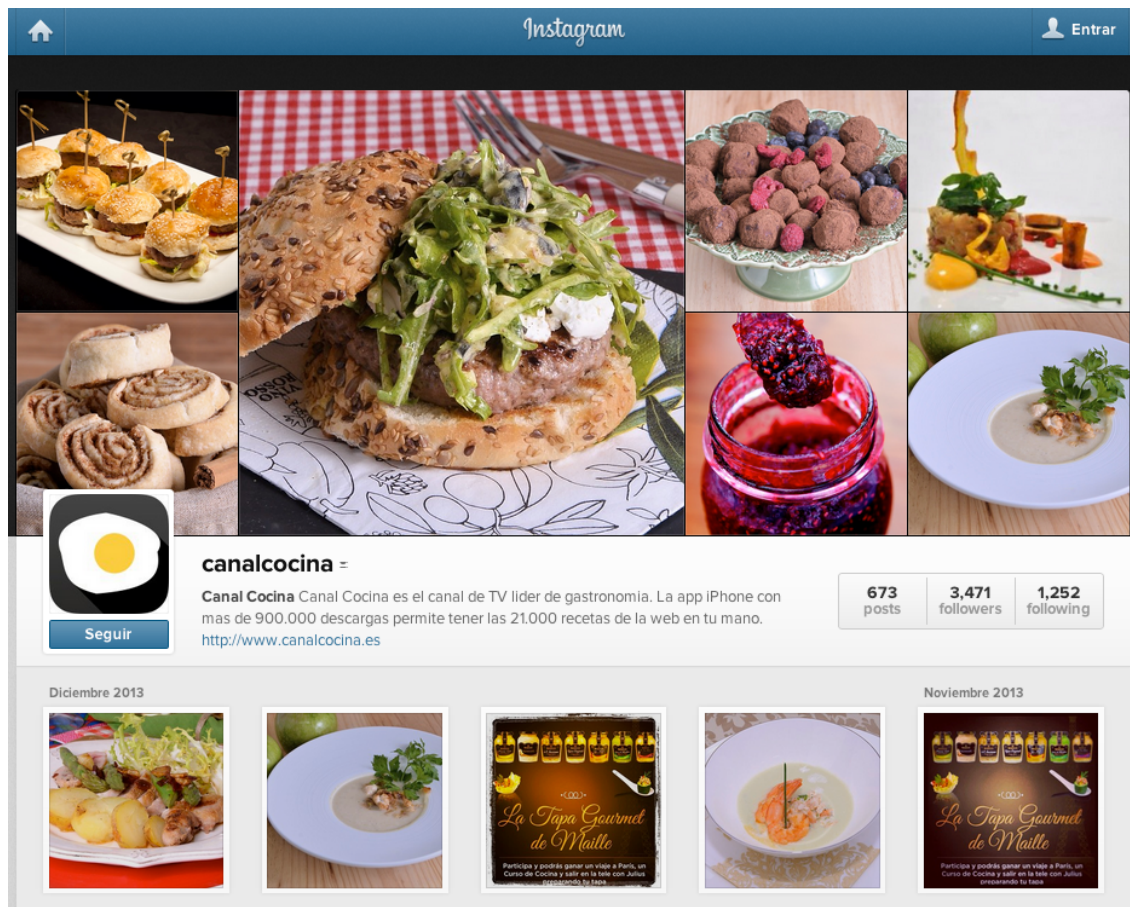
Contido orixinal.

Branding.

Interacción con seguidores.

Uso dos hastags.

# Exemplo de éxito: Canal cocina





# Pinterest



Rede social baseada en taboleiros virtuais.

Caracter moi visual das publicacións (pin).

Branding.

Posta en valor de produtos de deseño.

Enlace a fichas de produto de tendas online.

Gran éxito en moda, decoración, cociña...

# Exemplo de éxito: Mr Wonderful

Plan de marketing dixital

The image shows the Pinterest profile of 'mr wonderful diseño'. The profile header includes a profile picture of a woman holding a camera, the name 'mr wonderful diseño', and a bio: 'Diseñadores de cosas no aburridas (www.mrwonderful.es). Tenemos un blog la mar de entretenido (www.muymolon.com)'. Below the header, statistics show 71 tableros, 3295 Pines, and 5 'Me gusta'. There are buttons for 'Seguir todo' and 'Enviar perfil'. On the right, a list of 'Pines de:' shows three pins from other users: Max Tiwonga, publiiSHARK by Giovart, and Maria Riazoli. The main content area displays a grid of eight boards, each with a cover image, a title, a pin count, and a 'Seguir' button. The boards are: 'Mr.Wonderful Shop' (308 Pines), 'Scrapbooking Wonder' (246 Pines), 'Sellos Wonder / Stamps' (110 Pines), 'Mini Wonder' (7 Pines), 'Kits regalos Wonder' (12 Pines), 'Notebook Wonder' (19 Pines), 'Transferibles Wonder' (16 Pines), and 'Láminas Wonder' (63 Pines).

Buscar

Pinterest

+ Restaurante 1

**mr wonderful diseño**  
Diseñadores de cosas no aburridas (www.mrwonderful.es). Tenemos un blog la mar de entretenido (www.muymolon.com).

71 tableros 3295 Pines 5 "Me gusta" Seguir todo Enviar perfil 13855 seguidores 256 siguiendo

**Mr.Wonderful Shop**  
308 Pines  
Seguir

**Scrapbooking Wonder**  
246 Pines  
Seguir

**Sellos Wonder / Stamps**  
110 Pines  
Seguir

**Mini Wonder**  
7 Pines  
Seguir

**Kits regalos Wonder**  
12 Pines  
Seguir

**Notebook Wonder**  
19 Pines  
Seguir

**Transferibles Wonder**  
16 Pines  
Seguir

**Láminas Wonder**  
63 Pines  
Seguir

Ferramentas de marketing dixital

# Youtube

Súbense 50.000 novos vídeos cada día a Youtube.

Utilización das canles de empresa para compartir vídeos con millóns de usuarios.

Vídeos para actualizacións doutras redes.

Promoción de novos produtos e servizos.

Imaxe de empresa presente na canle de Youtube.



# LinkedIn



Rede de contactos profesionais.

Ideal para empresas e usuarios.

Foros e grupos relacionados cos nosos intereses profesionais.

Fiesta para a oferta de produtos e servizos, a cultura organizacional e as oportunidades de captación de talento cualificado.

Vinculación dos perfís dos profesionais da empresa coa páxina.

# **Xeolocalización**

# Xeolocalización

- Ferramenta social baseada en dispositivos móbiles que contan con GPS.
- Ofrece información en tempo real aproveitando a ubicación xeográfica do usuario.
- Potentísima ferramenta de captación e/ou fidelización con resultados medibles e cuantificables.



# Xeolocalización

## Beneficio para as **empresas**:

- Gañan en visibilidade ante os usuarios que fan buscas nos seus smartphones e comparten contido relevante.
- Estratexia de “publicidade” barata.

## Beneficio para os **usuarios**:

- Localización de empresas de servizos, lugares de interese, etc.
- Acceso a descontos, promocións, etc.



# Foursquare



Aplicación de xeolocalización que conta con usuarios moi activos en RRSS. Entre outras vantaxes facilita a conexión con outras redes sociais e é unha ferramenta ideal para a promoción de produtos e servizos locais.



# Exemplo de éxito: Taxista 2.0



# Google Places

[O Varendeiro](#)  
[www.panaderiaovarrendeiro.es](http://www.panaderiaovarrendeiro.es)  
1 reseña de Google

[Farmacia Moure Seijo](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

[Panadería Celia](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

[Elida Mesejo SL](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

[Panaderia Celia SL](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

[Panadería Josefa](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

[Manuel Fuentes Costa y Otros S.C.](#)  
[plus.google.com](http://plus.google.com)  
Página de Google+

Ver resultados de **panaderia en carballo** en un mapa »

A Av Flores, 11  
Carballo, A Coruña  
981 70 16 91

B Calle de Valle Inclán, 5  
Carballo, A Coruña  
981 70 07 01

C Calle de Vázquez de  
Parga, 165  
Carballo, A Coruña  
981 75 70 61

D Calle de La Coruña, 44  
Carballo, A Coruña  
981 70 20 04

E Av del Ponte da Pedra,  
16  
Carballo, A Coruña  
981 70 03 53

F Calle de la Lagoa, 28  
Carballo, A Coruña  
981 70 13 56

G Avenida de Fisterra, 20  
Carballo, A Coruña  
981 75 78 80



Ver fotos



## Panadería Josefa

Cómo llegar

**Dirección:** Calle de la Lagoa, 28, 15102 Carballo, A Coruña

**Teléfono:** 981 70 13 56

**Horario:** martes 09:00 – 15:00, 18:00 – 21:00 - [Ver todo](#)

### Reseñas

[Sé el primero en escribir una reseña](#)

# Google Places



Plan de márketing dixital

Ferramentas de márketing dixital

# Blog

# Conceptos básicos

**Guía temática:** Que temas imos tratar. A actualidade e a comunidade marcarán a liña editorial.

**Tipoloxía de contidos:** Ademáis de textos empregaremos vídeos, infografías, presentacións, etc. O contido audiovisual incrementa o tempo de permanencia no sitio.

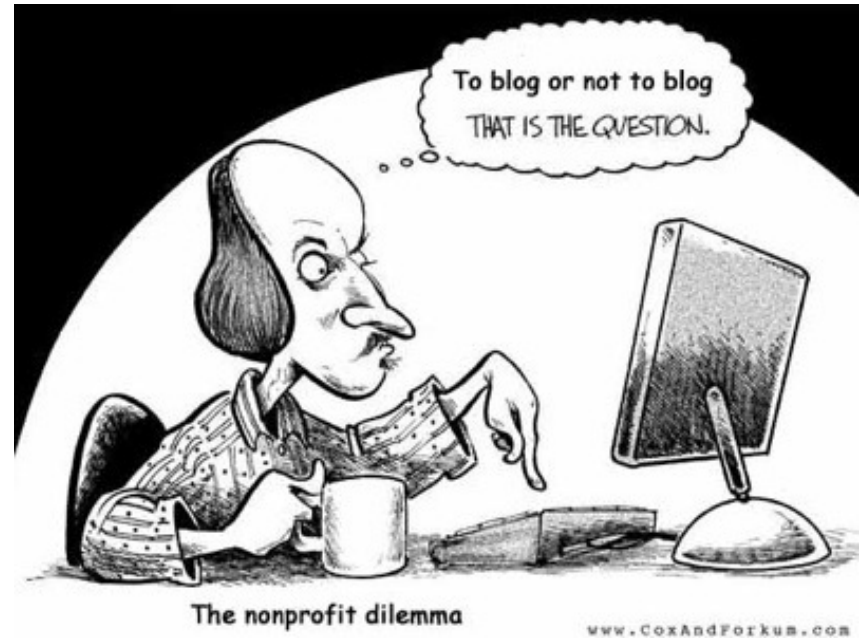
**Categorías e tags:** Definir as categorías principais. Os tags son importantes para mellorar o posicionamento e conseguir que o noso contido sexa “visible”.

**Fontes de interese:** Ademáis de establecer no blogroll RSS unha lista de blogs e medios de referencia, é importante contar con fontes de referencia para o equipo editorial.

**Lista de colaboradores e outros contactos:** Listado de editores e persoas involucradas cunha breve descripción da función de cada un e cos datos de contacto. Para fluxos de traballo importantes.

# Blogging

- Contido de calidade.
- Diferenciación.
- Ligazóns para completar información.
- Ligazóns a outros contidos similares.
- Publicar links a artigos nas redes sociais.
- Contidos participativos.
- Responder os comentarios.
- Suscripción mediante RSS.



# Blogging

- ✓ Lonxitude do texto axeitada.
- ✓ Unha idea por parágrafo.
- ✓ Coloca enlaces para situar en contexto.
- ✓ Escolle títulos explicativos.
- ✓ Resalta as palabras clave.
- ✓ Enlaza ao final de cada artigo a contido relacionado.





# O fenómeno blogger

De afición —→ a profesión

De ocio —→ a negocio

- Influencers
- Credibilidade
- Crean necesidades e tendencias

Planchas para ondas grandes



Pul





# Email marketing

# Email marketing

Uso do email para realizar acciones de marketing.

- Promocions.
- Boletins.
- Fidelizacion.
- ...



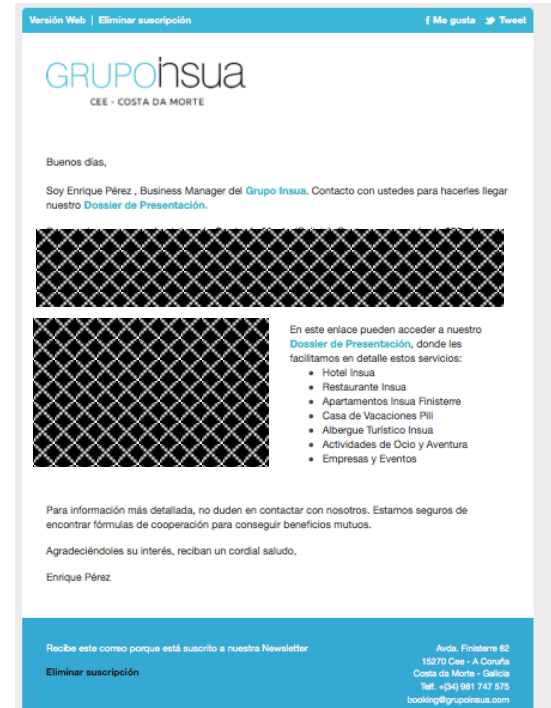
# Email marketing vs Spam

Diferenza fundamental:  
**Permiso**



# Email marketing

- ▶ Base de datos
- ▶ Ferramenta profesional
- ▶ Deseño
- ▶ Asunto
- ▶ Uso de imaxes
- ▶ Call to action



# Estatísticas

- ▶ Rebotados
- ▶ Taxa de abertura
- ▶ Cliques (CTR)
- ▶ Baixas/Spam



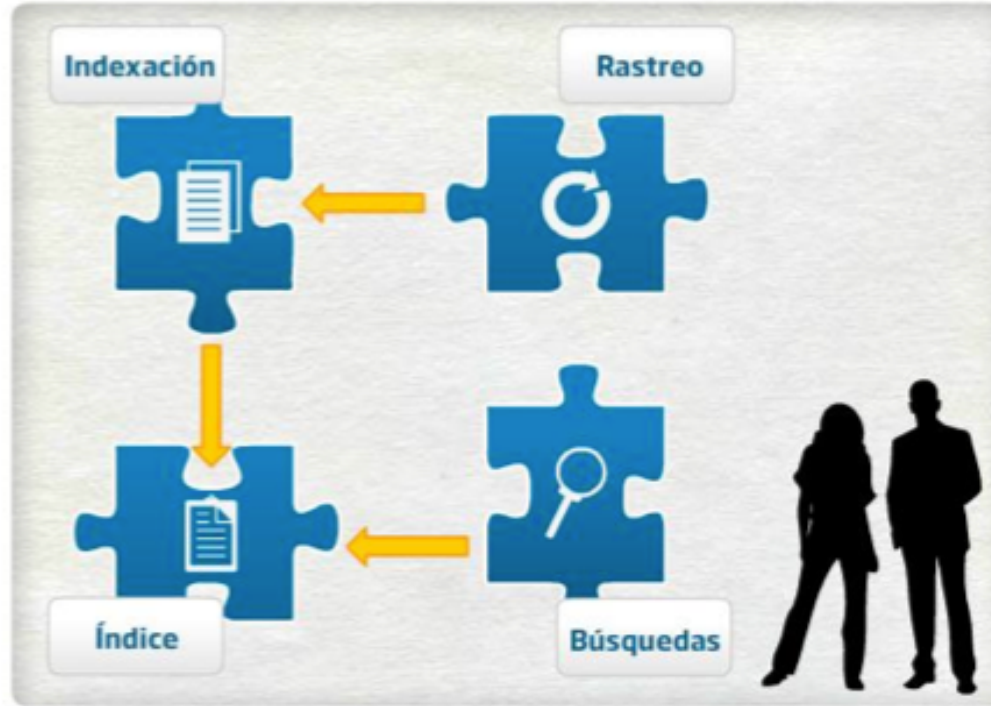
# SEO

# Que é o SEO?

Diversas técnicas que pretenden lograr que os buscadores sitúen unha determinada páxina web nunha posición máis alta dentro da súa páxina de resultados para determinados termos e frases clave de búsqueda.



# Como funciona un motor de búsqueda





Google ofertas balnearios en asturias

Web Imágenes Maps Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 320.000 resultados (0,31 segundos)

Anuncios relacionados con ofertas balnearios en ...

**Oferta Spa Asturias - La Cueva del Agua**  
www.hotelmariamaneueta.com/SPA  
Un lugar que te sorprenderá. ¡Promociones!  
» Mapa de C/ La Vega s/n, Benia de Onís  
Tratamientos Gratis con Alojamiento Tratamientos Especial Pareja  
Hotel 4\* con Discoteca Central de Reservas 985 94 02 23

**2x1 en Spas y Balnearios - zonaregalo.com**  
www.zonaregalo.com/  
Spa para 2 personas al precio de 1. Envío Gratuito por E-mail al minuto  
Caldea - Entrada para 2 desde 48€ - Masajes Relajantes en Toda España

**Balnearios de Asturias - Ofertas - Mejor Precio Garantizado**  
www.aviajes.com/Balnearios-de-Asturias  
Reservas Online - T 902195737

**SEM**

Anuncios

**Nuevo Spa en Asturias**  
www.spaaguardelospicosdeeuroa.com  
Descubre nuestros Cofres-Regalo!  
Moderno Spa en Piena Naturaleza.  
Mestas de Con  
985 94 40 55 - Cómo llegar

**250 Hoteles en Asturias**  
www.booking.com/Asturias  
Ver los hoteles en el mapa.  
¡Con ofertas especiales!  
1.039.420 personas siguen o han  
hecho +1 en Booking.com.

**2 X 1 Spa Bañeapolis**  
www.bañeapolis.com/  
Disfruta un 2x1 en una selección  
de nuestros mejores programas Spa.

**Relájate en Asturias**  
www.hotelcasadecampo.es/  
Hotel con encanto Picos de Europa  
Piscina,spa,padel. Ven y disfruta

**Ofertas Balnearios 2x1**  
www.voyage-prive.es/Hoteles-Balneari  
Regístrate ya y ahorra hasta un 70%  
¡Hoteles de lujo a precios únicos!

**Ofertas En Asturias**  
hoteles.muchoviaje.com/asturias  
Más De 532 Hoteles Desde 26€  
Mejor Precio Final Garantizado.

**Ofertas Asturias**  
www.tripadvisor.es/Asturias  
354 Hoteles en Asturias  
¡Reserva un Hotel en Asturias!  
1.330.603 personas siguen o han  
hecho +1 en TripAdvisor.

**SEO**

**Ofertas de Balnearios en Asturias | Ofertas de Spas ... - Buscadesti ...**  
www.buscadestinos.com/ofertas-de-balnearios-en-Asturias ...  
**Ofertas de Balnearios en Asturias.** Listados de las mejores Ofertas de Spas | Ofertas  
de Talasos en Asturias en los mejores hoteles de Asturias. No te lo pierdes ...  
**Escapadas de Balnearios & Relax / Asturias - Atrapalo.com**  
www.atrapalo.com » Escapadas  
Encuentra las mejores escapadas de Balnearios & Relax / Asturias en Atrapalo.com.  
Disfruta de unos días para desconectar con las ofertas de escapadas de ...  
**Balnearios en Asturias Balnearios, Spas, termas, hoteles de turismo ...**  
www.dormirenbalnearios.com/balnearios/AS/nodate  
Quintueles-Villaviciosa (Asturias) 0 estrella 1 estrella 2 estrella 3 estrella 4 estrella Ver  
información ... Ofertas de Temporada ... Balnearios y Spa en Andalucía ...  
**Balnearios Asturias Ofertas Balnearios Asturias Bañeapolis Asturias ...**  
www.dormirenbalnearios.info/.../balnearios\_asturias.php/  
Todos los balnearios y spas de Asturias. Consulte las mejores ofertas de balnearios  
y spas en Asturias. disponemos del mejor equipo de profesionales ...  
**Balnearios en Asturias - Spa La Cueva del Agua**

# Factores SEO



# Factores SEO *on page*

- ▶ Contido
- ▶ Dominio
- ▶ URLs SEO-friendly
- ▶ Código HTML
- ▶ Tempo de carga



# Factores SEO *off page*

- ▶ Enlaces entrantes.
- ▶ Calidad > Cantidad.
- ▶ Redes sociais.



# SEM

# SEM

Creación de campañas publicitarias co fin de gañar visibilidade nos buscadores a través de **pago por clic** ou **pago por impresiós.**

Mapa de taller mecánico madrid



Anuncios ⓘ

## Talleres Mecánicos Madrid

[www.tallercochesrivas.com/](http://www.tallercochesrivas.com/)  
Carmauto Rivas. Tu taller de coches en Rivas-Vaciamadrid

## Talleres Mecánicos Madrid

[www.tallerator.es/buscador-de-talleres](http://www.tallerator.es/buscador-de-talleres)  
Compara Tu Taller Mecánico Madrid.  
¡Ahorra en tus mantenimientos!

## Talleres Mecanicos

[www.tallermecanicosenmadrid.com/](http://www.tallermecanicosenmadrid.com/)  
**Talleres Mecánicos** Comunidad **Madrid**  
Todo en Mecanica del Automovil

## Talleres Mecánicos Madrid

[www.tallerautomovilmostoles.com/](http://www.tallerautomovilmostoles.com/)  
Nascar Motor en Móstoles  
Mecánica y Electricidad Automóvil

# Glosario termos

**Impresión:** Cada vez que se amosa un anuncio.

**CTR :** Clic Through Rate: Clics/impresiones.

**CPM:** custe por mil impresiós.

**CPC:** custe por clic.

# Google Adwords





# Configuración da campaña

- ▶ Búsqueda e/ou Display
- ▶ Segmentación: tipo de dispositivo, ubicación, idioma.
- ▶ Orzamento: diario ou por campaña.
- ▶ Data inicio e fin.
- ▶ Estratexia: CPC ou CPM.

# Definición de palabras clave

- Relevancia (volume de búsquedas).
- Competencia.
- Concordancia: ampla, “de frase”, [exacta].
- Palabras clave negativas.

# Diseño do anuncio

Título do anuncio

Descrición e detalle

da campaña publicitaria.

www.dominio.com

http://

▼

www.dominio.com

☐ Móvil ?

Google revisará su anuncio modificado y es posible que no se publique hasta que dicha revisión haya finalizado. La mayoría de los anuncios tardan un día laborable en revisarse. [Más información](#)

Guardar

Cancelar

Anuncio en el lateral

Título do anuncio

www.dominio.com

Descrición e detalle

da campaña publicitaria.

Anuncio en la parte superior

Título do anuncio

www.dominio.com

Descrición e detalle da campaña publicitaria.

# **Analítica web**

# Analítica web

Facilita información sobre:

- ▶ cómo os visitantes utilizan a web,
- ▶ dende onde chegaron a ela,
- ▶ comportamentos do usuario na web,
- ▶ medir ventas ou conversións,
- ▶ ...

# Analítica web

Para que sirven estes datos?

- ▶ Detectar tendencias.
- ▶ Facer comparacións de datos entre distintos periodos.
- ▶ Optimizar a usabilidade da web.
- ▶ Analizar o impacto de outras accións realizadas.
- ▶ Observar as “fugas” do embudo de compra en cada paso do proceso.
- ▶ Establecer obxectivos que se queren acadar e ver a situación vs obxectivos.
- ▶ etc.

# Analítica web

**Visitas:** Número de veces que alguém chegou á web.

**Páxinas vistas:** Cantas páxinas foron visitadas do site.

**Páxinas/visita:** Media de cantas páxinas ve cada unha das visitas.

**Porcentaxe de rebote:** Cantas visitas abandonaron o site aos poucos segundos de entrar sen continuar navegando.

**Promedio de tempo do sitio:** Tempo que pasa a xente de promedio no sitio.

**Porcentaxe de visitas novas:** Visitas que accederon ó sitio por primeira vez.

# Analítica web

## Visión general

Visitas frente a Seleccione una métrica

Cada hora Día Semana Mes

● Visitas

3.000



**55.790 usuarios han visitado este sitio.**



**Visitas: 161.076**



**Visitantes exclusivos: 55.790**



**Páginas vistas: 480.348**



**Páginas / Visita: 2,98**



**Duración media de la visita: 00:02:28**



**Porcentaje de rebote: 40,65%**



**Porcentaje de visitas nuevas: 29,21%**



**70,75% Returning Visitor**

113.958 Visitas

**29,25% New Visitor**

47.118 Visitas



# Analítica web

**Tráfico Directo:** Usuarios que escribieron a URL no navegador.

**Tráfico de Referencia:** Visitas que llegan a través de sitios que envían tráfico á web.

**Tráfico Orgánico:** Visitas que llegan a través de buscadores (Google, Yahoo, Bing, etc.).

**Tráfico Social:** Visitas que llegan a través de redes sociais (Facebook, Twitter, etc.).

**Tráfico de Campañas:** Visitas que llegan a través de campañas feitas en buscadores (Adwords...).

# Analítica web

| <input type="checkbox"/> | Fuente/medio                                     | Visitas | ↓ |
|--------------------------|--------------------------------------------------|---------|---|
| <input type="checkbox"/> | 1. <a href="#">google / organic</a>              | 59.612  |   |
| <input type="checkbox"/> | 2. <a href="#">facebook.com / referral</a>       | 40.596  |   |
| <input type="checkbox"/> | 3. <a href="#">(direct) / (none)</a>             | 30.785  |   |
| <input type="checkbox"/> | 4. <a href="#">quepasanacosta.com / referral</a> | 6.523   |   |
| <input type="checkbox"/> | 5. <a href="#">t.co / referral</a>               | 3.662   |   |
| <input type="checkbox"/> | 6. <a href="#">bing / organic</a>                | 1.487   |   |
| <input type="checkbox"/> | 7. <a href="#">google.es / referral</a>          | 1.480   |   |
| <input type="checkbox"/> | 8. <a href="#">babylon / organic</a>             | 1.412   |   |
| <input type="checkbox"/> | 9. <a href="#">futboldacosta.com / referral</a>  | 1.260   |   |
| <input type="checkbox"/> | 10. <a href="#">tuenti.com / referral</a>        | 1.202   |   |

# Graciñas

**@danicerqueiro**

**[dani@abertal.com](mailto:dani@abertal.com)**

**Abertal Networks**