Estrategias y tácticas en Marketing Digital

Para mi hay **tres actividades clave en el marketing digital**: Lo primero es atraer tráfico cualificado a la web que lo realiza el [traffic manager o traffiquer digital](https://www.iebschool.com/blog/traffic-manager-analitica-usabilidad/). Lo segundo es convertir ese tráfico en acciones que normalmente lo trabaja el traffiquer también con conocimientos de [CRO (Conversión Rate Optimization)](https://www.iebschool.com/blog/cro-optimizar-tasa-conversion-analitica-usabilidad/), aunque en equipos grandes está en manos del equipo de [UX Product Design](https://www.iebschool.com/blog/formarte-ux-ui-iebschool-analitica-usabilidad/). Y, por último, está la función del [analista digital o analista web](https://www.iebschool.com/blog/herramientas-analisis-web-analitica-usabilidad/), que mide e identifica dónde están las oportunidades y dónde están los problemas. Este circulo de trabajo es fundamental en el marketing digital pero, además, hay muchas otras disciplinas en las que trabajamos para generar estrategias y tácticas de mercadotecnia digital:

* **SEO o Search Engine Optimization**: El [SEO](https://www.iebschool.com/blog/que-es-seo-social-y-como-puede-ayudar-a-mi-estrategia-de-seo-sem/) es el posicionamiento natural en [buscadores](https://www.iebschool.com/blog/buscadores-alternativos-a-google-business-tech-tecnologia/) como Google. Consiste en realizar optimizaciones para aparecer lo más arriba posible en estas páginas.
* [**SEM o Marketing de Buscadores**](https://www.iebschool.com/blog/que-significa-sem-y-como-funciona-seo-sem/)**:** En este caso, también es posicionar nuestra página en [buscadores](https://www.iebschool.com/blog/buscadores-alternativos-a-google-business-tech-tecnologia/) o directorios pero pagando por ello. Se ha convertido en una de las herramientas más importantes del Marketing Digital porque el consumidor usa estos mecanismos al final del embudo de compra.
* [**Inbound Marketing**](https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-inbound-marketing/): Consiste en invertir la pirámide del marketing. En vez de buscar los clientes con publicidad lo que hace es facilitar que estos te encuentren y te conozcan.
* [**Email Marketing**](https://www.iebschool.com/blog/email-marketing-en-tiempos-del-covid-19-inbound-marketing/)**:** Es como el antiguo correo postal pero electrónico. Muy usado como herramienta de comunicación con clientes y también para buscar nuevos clientes.
* [**Social Media Marketing**](https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/)**:** Las marcas ahora ya tienen identidad digital y voz. Ahora las [Redes Sociales](https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/) son su mayor exponente.
* [**Marketing de afiliados**](https://www.iebschool.com/blog/guia-marketing-afiliacion-seo-sem/)**o partners**: La mejor manera de crecer es a través de acuerdos y colaboraciones con terceras partes. Por un lado, hay redes que concentran afiliados y, por otro lado, está el trabajo de desarrollo de negocio con alianzas.
* [**Remarketing o Retargeting**](https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-remarketing-marketing-digital/)**:**La capacidad de poder reimpactar a personas que han visitado tu página, comercio o app**.**
* [**Native Advertising**](https://www.iebschool.com/blog/que-es-native-advertising-nativa-publicidad-online/)**o Publicidad Nativa:** Es una publicidad integrada en los medios de tal forma que incluso no parece publicidad.
* [**e-Commerce**](https://www.iebschool.com/blog/comercio-online-ecommerce/): Es la traslación del comercio tradicional al mundo digital. Implica webs o apps transnacionales donde se produce la compra o el servicio en línea.
* [**Publicidad programática**](https://www.iebschool.com/blog/compra-programatica-rtb-marketing-digital/)**:**Es una forma de compra de audiencias a través de tecnologías como un [DSP](https://www.iebschool.com/blog/principales-dsp-publicidad-online/) que permiten segmentar a las personas a las que quieres llegar cambiando el modelo de compra en publicidad tradicional. De esta manera, pujas por el medio donde es más barato impactarlos. Una de las formas más típicas de comprar es a través de audiencias **«*Look Alike*»**que son usuarios que más se parecen a los que compran mi producto o servicio.
* [**Analítica Web**](https://www.iebschool.com/blog/herramientas-analisis-web-analitica-usabilidad/)**:**Permite medir y conocer cómo se comporta el usuario a través de gráficos y datos.
* [**Diseño UX/UI**](https://www.iebschool.com/blog/funciones-ux-strategist-analitica-usabilidad/)**:**Se trata de diseñar las interfaces con las que el usuario interactúa. Su experiencia con el uso de la web y la app ha de ser amigable y satisfactoria.
* [**Customer Experience**](https://www.iebschool.com/blog/customer-experience-manager-management/)**:**Se trata de construir experiencias de principio a fin en el journey map de un potencial cliente hasta que se convierte en cliente tanto en las redes sociales como en la web o app.
* [**CRO**](https://www.iebschool.com/blog/cro-optimizar-tasa-conversion-analitica-usabilidad/)**(Conversión Rate Optimization) u optimización de la conversión:** Usamos mapas de calor, y datos para medir y testear nuevas propuestas en toda la cadena para mejorar el flujo y el embudo.
* [**NFTs de fidelización**](https://www.iebschool.com/blog/que-son-los-nft-tecnologia/): es lo último en la creación de relaciones entre marcas y usuarios creando vínculos emocionales.
* [Marketing Automation y RPA](https://www.iebschool.com/blog/automatizacion-del-marketing-3-formas-de-hacer-frente-al-covid-marketing-digital/)
* [Marketing Data Driven](https://www.iebschool.com/blog/data-driven-marketing-big-data/)
* Marketing [Low Code](https://www.iebschool.com/blog/que-es-low-code-big-data/) y [No Code](https://www.iebschool.com/blog/no-code-startups-lean-startup/)
* [**Phygital**](https://www.iebschool.com/blog/experiencia-phygital-marketing-estrategico/)
* Blockchain, NFTs, Metaverso para Marketing

Herramientas de Marketing Digital

Existen infinidad de herramientas de marketing digital en el mercado. Algunas de pago pero muchas de ellas total o parcialmente gratuitas con las que podemos conseguir los mejores resultados. No vamos a ver todas ellas ni mucho menos pero si te vamos a compartir las que vas a necesitar

* **Herramientas de**[**Analítica Web**](https://www.iebschool.com/blog/herramientas-analisis-web-analitica-usabilidad/)**:** Sin lugar a dudas, el mejor ejemplo es [Google Analytics](https://analytics.google.com/analytics/web/#/), que además es gratuita.
* **Herramientas de Publicidad Digital:** Hoy en día cualquier particular o pyme tiene acceso a verdaderas suites de trabajo que permiten realizar sofisticadas estrategias de publicidad y marketing digital 360. Las más importantes son [Google Ads](https://ads.google.com/) y [Facebook Ads](https://www.facebook.com/business/ads).
* **Herramientas de diseño y prototipado:** Herramientas de diseño como [Canva](https://www.canva.com/%22%20%5Ct%20%22_blank) son fundamentales y crear prototipos y diseñar webs y aplicaciones con herramientas como [Balsamiq](https://balsamiq.com/%22%20%5Ct%20%22_blank) es mucho más fácil.
* **Herramientas de inteligencia de Marketing:** También en este caso [Google Data Studio](https://datastudio.google.com/) ofrece una solución muy completa y fácil de conectar con Google Analytics. Además, [Power BI](https://www.iebschool.com/blog/microsoft-power-bi-analitica-usabilidad/%22%20%5Ct%20%22_blank) o Tableau ofrecen soluciones más completas para análisis más complejos
* [**Herramientas de Email Marketing y CRM**](https://www.iebschool.com/blog/mejores-herramientas-de-email-marketing-digital/)**:**Aunque cada vez oímos hablar más de los CDPs sigue siendo fundamental contar con un buen CRM y un buen sistema de envío de emails. Normalmente estarán integrados con soluciones como Salesforce o SugarCRM u otras más sencillas como Pipedrive y la más popular es mailchimp.
* **Herramientas de [Inbound Marketing](https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-inbound-marketing/%22%20%5Co%20%22Qu%C3%A9%20es%20Inbound%20Marketing%3A%20Definici%C3%B3n%2C%20Ejemplos%20y%20Estrategia%20en%208%20pasos%22%20%5Ct%20%22_blank)**: Muchos de los CRMs cuentan con sus propias herramientas de inbound marketing pero existen algunas muy especializadas como [Hubspot](https://www.iebschool.com/blog/como-maximizar-uso-hubspot-inbound-marketing/%22%20%5Ct%20%22_blank) o Infusionsoft. Aquí tienes un listado de las [mejores herramientas de inbound marketing](https://www.iebschool.com/blog/herramientas-inbound-marketing/).
* **Herramientas de investigación de mercados y SEO**: Desde el keyword planner gratuito de Google Ads, hasta herramientas que nos permiten investigar a la competencia y las tendencias de lo que la gente está buscando como [SEM Rush](https://www.semrush.com/) y cuanto tráfico reciben, como [similar web](http://similarweb.com/), son fundamentales en tu kit de Marketing digital.
* **Herramientas para la generación de landing page**: Muchas veces necesitaremos agilidad para la creación de landing page específicas y especializadas para la intención de búsqueda o la campaña concreta que estemos realizando. Disponer de una herramienta como [unbounce](https://unbounce.com/%22%20%5Ct%20%22_blank) sin duda te dará grandes ventajas con respecto a tu competencia.