

5

CÓMO PROMOCIONAR EL CANAL DE VENTA ONLINE FUERA DE LOS MERCADOS: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL

“THE VALLEY ES EL HUB DONDE EL CONOCIMIENTO SE
CONVIERTE EN EL DRIVER QUE TRANSFORMA LA SOCIEDAD”



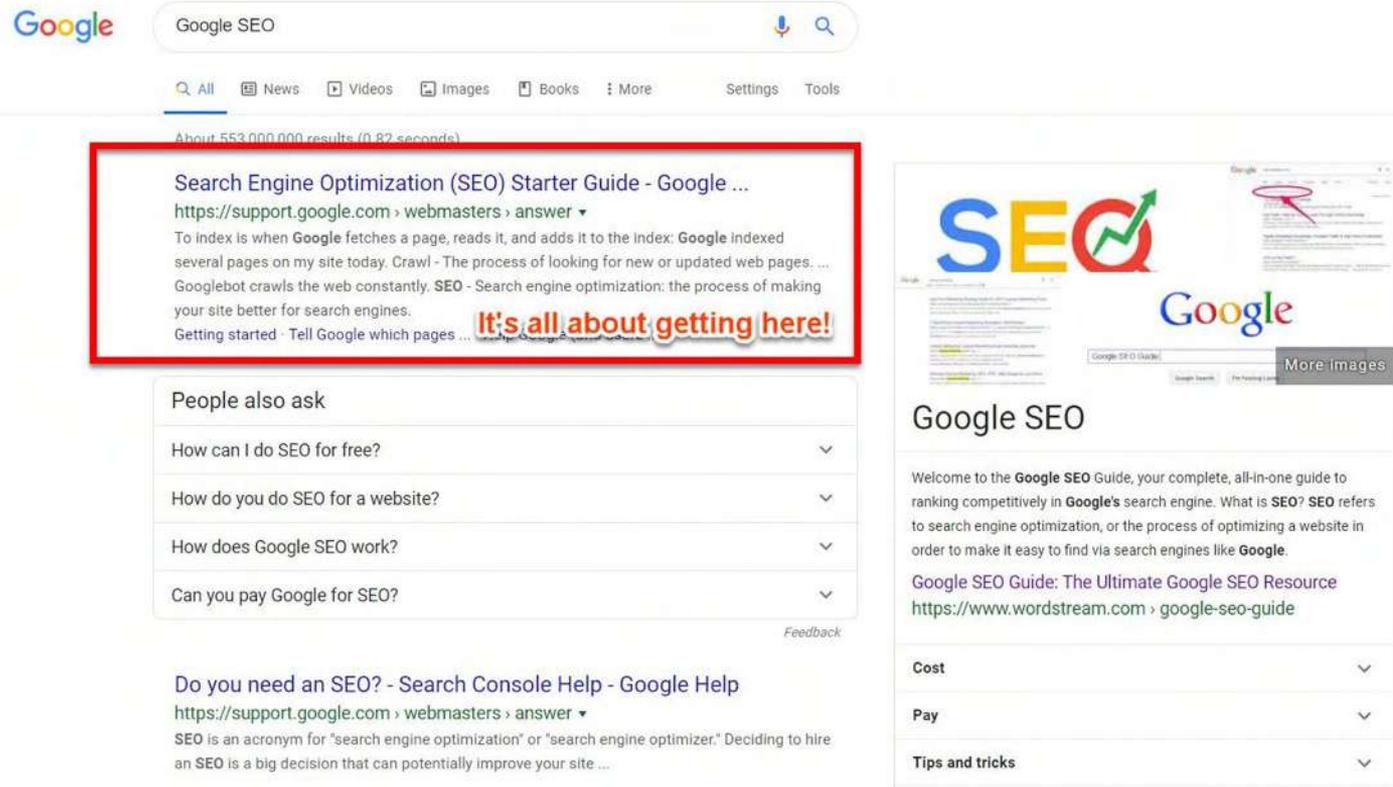
5. CÓMO PROMOCIONAR EL CANAL DE VENTA ONLINE FUERA DE LOS MERCADOS: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL

En este apartado se analizarán las diferentes estrategias y herramientas para una adecuada promoción de la tienda online. Internet se ha convertido en un canal obligado en cualquier acción, tanto por sus posibilidades de interacción como por su cobertura internacional. Incluso en sus inicios, el marketing online ofrece un amplio abanico de variantes y posibilidades que se mueven a la misma velocidad que la propia red. Muchos de sus términos, actualmente ampliamente aceptados, eran simplemente desconocidos hace 5 años.

- ✓ Conceptos básicos: SEO/SEM/SMO...
- ✓ Principales métricas del marketing online: CPM/CPC/CPL/CPA.
- ✓ Optimización de la búsqueda en los motores: qué hacer para estar en la "milla de oro".
- ✓ Planificación, ejecución y seguimiento de campañas SEM.
- ✓ Ejemplo de campaña de Google Adwords.
- ✓ Acciones de marketing por correo electrónico.
- ✓ Programas de afiliación: tipología y recomendaciones.
- ✓ El control de la reputación online como elemento de captación de leads y como herramienta de inteligencia competitiva .
- ✓ Uso de los medios sociales en la estrategia de marketing online (SMO): el papel del community manager .
- ✓ Comercio social: situación actual, formas de aplicación y nuevas tendencias.
- ✓ Nuevos medios de comunicación impulsados por las redes sociales : "marketing de influencers". Algunos ejemplos.
- ✓ *Ejemplos de aplicación en el sector agroalimentario*



El SEO, acrónimo de Search Engine Optimization -en español optimización para motores de búsqueda-, son el conjunto de acciones y técnicas que se utilizan para mejorar el posicionamiento (visibilidad) en los motores de búsqueda de un sitio web en Internet, dentro de los resultados orgánicos en buscadores como Google, Bing o Yahoo.



Google

All News Videos Images Books More Settings Tools

About 553,000,000 results (0.82 seconds)

Search Engine Optimization (SEO) Starter Guide - Google ...
<https://support.google.com/webmasters/answer/...>
 To index is when **Google** fetches a page, reads it, and adds it to the index: **Google** indexed several pages on my site today. **Crawl** - The process of looking for new or updated web pages. ... **Googlebot** crawls the web constantly. **SEO** - Search engine optimization: the process of making your site better for search engines. **It's all about getting here!**
 Getting started · Tell Google which pages ...

People also ask

- How can I do SEO for free? ▾
- How do you do SEO for a website? ▾
- How does Google SEO work? ▾
- Can you pay Google for SEO? ▾

Feedback

Do you need an SEO? - Search Console Help - Google Help
<https://support.google.com/webmasters/answer/...>
 SEO is an acronym for "search engine optimization" or "search engine optimizer." Deciding to hire an **SEO** is a big decision that can potentially improve your site ...



Google SEO

Welcome to the **Google SEO** Guide, your complete, all-in-one guide to ranking competitively in **Google's** search engine. What is **SEO**? **SEO** refers to search engine optimization, or the process of optimizing a website in order to make it easy to find via search engines like **Google**.

Google SEO Guide: The Ultimate Google SEO Resource
<https://www.wordstream.com/google-seo-guide>

- Cost ▾
- Pay ▾
- Tips and tricks ▾

Los motores de búsqueda recogen la lista de páginas de la web y la ordenan en función de su algoritmo. Estos algoritmos se actualizan cada cierto tiempo para tratar de ofrecer al usuario los resultados que mejor se ajusten a la búsqueda que ha realizado y que entre los primeros de la lista no haya textos manipulados o spam.



Los motores de búsqueda se basan en más de 200 factores para posicionar una página web. Estos factores pueden ser internos o externos. Los externos serían aquellos que no se pueden controlar y que dependen principalmente del comportamiento que tengan los usuarios en esa web:

- Si es un sitio que se comparte en las redes sociales o no
- Número de enlaces de calidad que ha enlazado
- El número de visitas que recibe
- Tasa de rebote
- ...

Las **internas** son las que sí dependen del responsable de la web:

- Velocidad de carga
- Autoridad del dominio
- La publicación de contenidos de calidad que correspondan a las palabras clave
- La arquitectura o estructura de la web
- El código HTML
- Escriba las URL con la información necesaria
- ...

Técnicas y estrategias SEO para posicionar una web en las primeras posiciones:

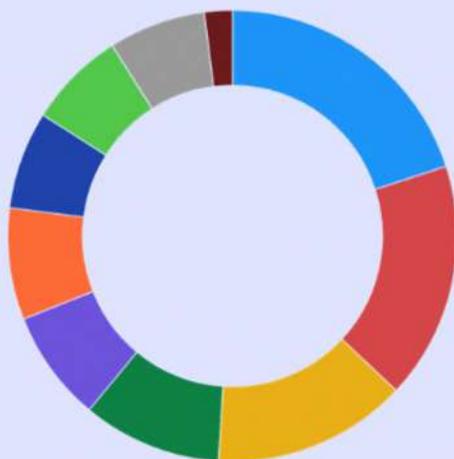
El contenido.

El contenido debe dar respuesta a la búsqueda del usuario, pero las búsquedas no siempre son muy específicas. No es lo mismo buscar "restaurante en Madrid" que "restaurante italiano en Madrid en la zona de Chamberí que abre por la noche". Para ser indexados por los robots de los buscadores, los sitios web tienen que ofrecer un contenido claro que incluya varias palabras clave..



THE MOST COMMON SEO TIPS

by 30+ SEO experts



- Learn by doing and testing (20%)
- Write high-quality content (17%)
- Work with the existing content (14%)
- Do proper internal linking (10%)
- Focus on the right keywords (8%)
- Improve the site performance (8%)
- Follow the right people (7%)
- Re-learn the basics (7%)
- Try grey hat SEO (7%)
- Learn basic coding (2%)

Técnicas y estrategias SEO para posicionar una web en las primeras posiciones:

Optimización de la búsqueda móvil.

Los motores de búsqueda como Google dan preferencia a aquellas páginas que son Mobile Friendly o que se basan en las características de la web responsive; es decir, ofrecen la mejor respuesta independientemente del dispositivo desde el que se realice la consulta.

Los sitios Mobile Friendly son aquellos que utilizan el texto de forma que sea legible en un móvil sin utilizar el zoom y que no sea necesario desplazarse horizontalmente para leerlo, los que colocan los enlaces con la suficiente distancia entre ellos para que el usuario pueda tocar el correcto, y los que evitan los programas que no son habituales en los dispositivos móviles, como Flash.



Técnicas y estrategias SEO para posicionar una web en las primeras posiciones:

Velocidad del sitio.

Una página que tarda más de cinco segundos en cargarse provoca un elevado número de rebotes.

Los factores que más influyen en la velocidad de carga de un sitio web son: El alojamiento, que es donde se encuentra el servidor, la red y la programación.



Técnicas y estrategias SEO para posicionar una web en las primeras posiciones:

HTML.

Hay una serie de metaetiquetas que favorecen el SEO y, para ello, el HTML debe estar validado, es decir, debe cumplir las normas del World Wide Web Consortium. Las dos primeras **metaetiquetas** son las que proporcionan la información que los motores de búsqueda utilizan para mostrar en sus resultados de búsqueda:

Etiqueta del título: Después del contenido de la página, la etiqueta del título es el segundo elemento de contenido más importante de una página. Es la primera pieza de código que el motor de búsqueda lee cuando llega a la página web. También será el título que se muestre al compartir el contenido en las redes sociales y, en general, el título que los motores de búsqueda muestran en sus resultados de búsqueda.

Etiqueta H1: actúa como una segunda etiqueta de título y corresponde a la descripción que suele aparecer debajo del título.

Title



Blog with the latest news and best practices from SEO ... - SE Ranking

<https://seranking.com/blog/>

Description



In SE Ranking blog we talk about SEO and digital-marketing: tutorials, case studies and trends.

SEO Insights

Get the selected insights from SEO industry and marketing world.

Change SE Ranking Color ...

One of the main aspects with SE Ranking is our eye-catching ...

SE Ranking White Label

From now White Label is on our pricing plans! Get a personal ...

[More results from seranking.com »](#)

Blogging SEO

Marketing and SEO pros know that optimizing blogs for ...

se-ranking-on-page-seo-audit ...

se-ranking-on-page-seo-audit-report.
On-page SEO audit ...

se-ranking-logo

Published inse-ranking-logo. 2017
Great User Experience ...

```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3 <head>
4   <title>Sample Title Tag</title>
5   <meta name="description" content="Sample Meta Description" />
6   <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
7   <link rel="stylesheet" href="includes/style-sew.css" />
8
9   <meta name="robots" content="noindex, nofollow" />
10  <meta name="robots" content="noindex, follow" />
11  <meta name="robots" content="index, follow" />
12  <meta name="robots" content="index, nofollow" />
13
```

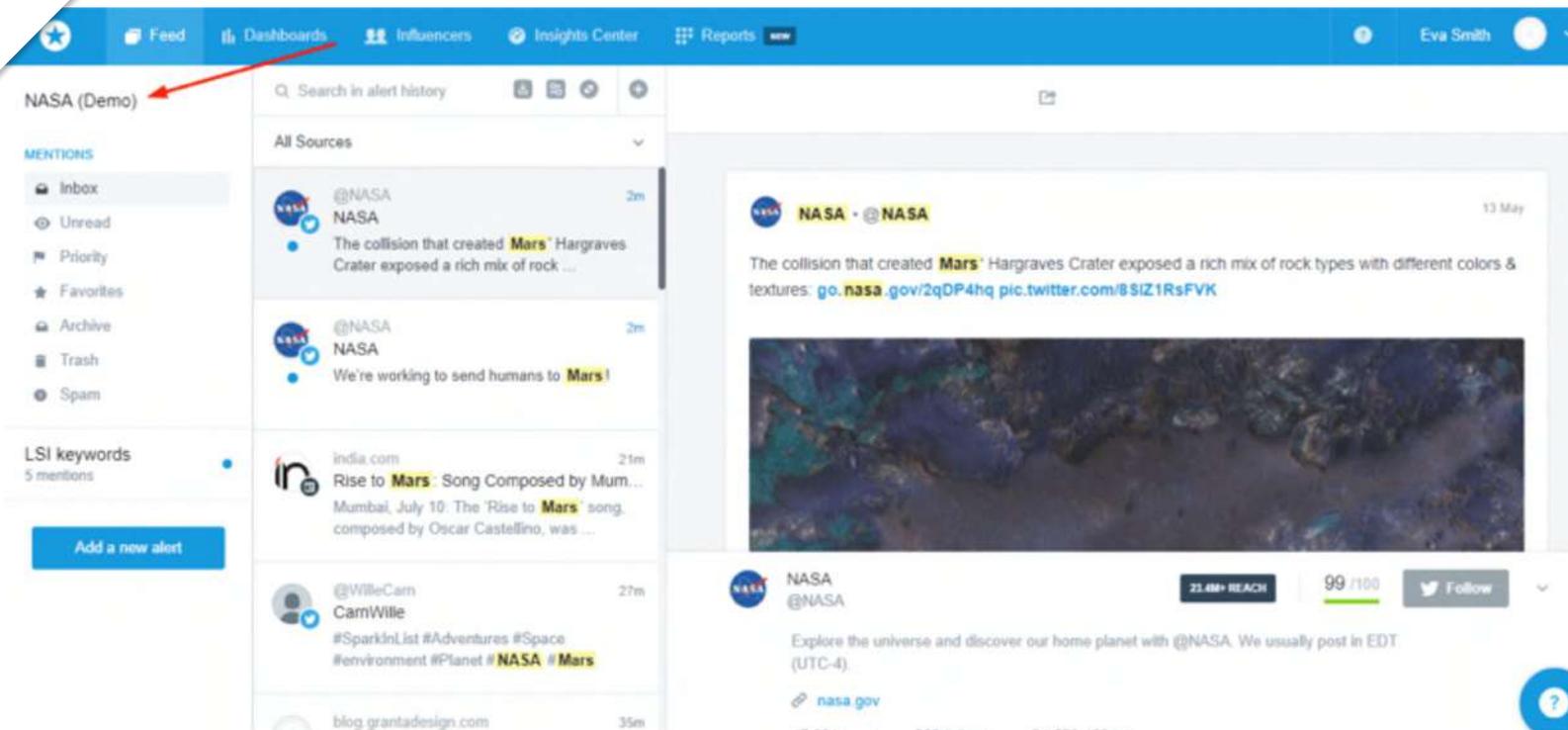
← Choose wisely

Técnicas y estrategias SEO para posicionar una web en las primeras posiciones:

Presencia en las redes sociales.

Una presencia activa en las redes sociales nos ayuda a llegar a todos los usuarios, ya que no todos utilizamos los mismos sitios o aplicaciones para buscar. Pero, además, hay ciertas acciones que los buscadores tienen en cuenta, como el número de veces que se comparte una página en Facebook o los 'me gusta' que tiene, el número de tuits de una cuenta o la autoridad de la misma. Twitter.





The screenshot shows a social media monitoring interface with a blue header. The main content area is divided into a left sidebar, a central alert list, and a right-hand tweet preview.

- Header:** Navigation tabs include Feed, Dashboards, Influencers, Insights Center, Reports, and a user profile for Eva Smith.
- Left Sidebar:**
 - NASA (Demo):** A red arrow points to this section.
 - MENTIONS:**
 - Inbox
 - Unread
 - Priority
 - Favorites
 - Archive
 - Trash
 - Spam
 - LSI keywords:** 5 mentions
 - Add a new alert:** A blue button.
- Alert List (All Sources):**
 - @NASA NASA (2m):** The collision that created **Mars** Hargraves Crater exposed a rich mix of rock ...
 - @NASA NASA (2m):** We're working to send humans to **Mars**!
 - india.com (21m):** Rise to **Mars**: Song Composed by Mum... Mumbai, July 10: The 'Rise to **Mars**' song, composed by Oscar Castellino, was ...
 - @WilleCarn CarnWille (27m):** #SparkinList #Adventures #Space #environment #Planet # **NASA** # **Mars**
 - blog.grantadesign.com (35m):** (partially visible)
- Tweet Preview (Right):**
 - Source:** NASA (@NASA) 13 May
 - Text:** The collision that created **Mars** Hargraves Crater exposed a rich mix of rock types with different colors & textures: go.nasa.gov/2qDP4hq pic.twitter.com/8SiZ1RsFVK
 - Image:** A photograph of a dark, rocky, and colorful Martian landscape.
 - Engagement:** 21.4M+ REACH, 99 / 100 likes, Follow button.
 - Text:** Explore the universe and discover our home planet with @NASA. We usually post in EDT (UTC-4).
 - Link:** nasa.gov

CÓMO INFLUYEN LAS REDES SOCIALES Y SUS PALABRAS CLAVE EN EL SEO





https://www.youtube.com/watch?v=MYE6T_gd7H0

¿QUÉ ES EL SEM?

El SEM representa las iniciales de Search Engine Marketing, o también puede llamarse marketing de motores de búsqueda.

Normalmente el SEM se utiliza para designar las campañas de publicidad de pago en los motores de búsqueda...



The screenshot shows a Google search for "organic food". The search bar contains "organic food" and the search button is visible. Below the search bar, there are tabs for "All", "Images", "News", "Maps", "Videos", "More", "Settings", and "Tools". The search results are displayed below, with a note that there are about 644,000,000 results in 0.88 seconds.

The first result is a paid advertisement for "Ryan's Grocery | Your Organic Butcher & Grocer | ryansgrocery.com". The ad text includes "Your Organic Butchery. Fresh Meat Delivered to Your Home. Order Today! Organic Meat. In House Butchery. Free Range Meat." and lists products like "Beef" (Organic Beef, Grass Fed Beef) and "Pork" (Free Range Pork, No Moisture Infusion). A red arrow points from the text "Pay Per Click" to the ad, and another red arrow points from the text "SEM" to the ad.

The second result is a paid advertisement for "Eat Organic | Your one-stop organic grocer | eat-organic.com.sg". The ad text includes "Comprehensive range of fresh fruits & vegetables, groceries and lots more! Eco-Friendly Products. Certified Organic Fruits. Products: Fresh Fruits And Vegetables, Groceries/Specialty Foods, Chilled/Frozen Foods, Baby Food/Baby Care, Eco-Friendly Products." A red arrow points from the text "Pay Per Click" to the ad, and another red arrow points from the text "SEM" to the ad.

The third result is an organic search result for "Organic food - Wikipedia". The URL is "https://en.wikipedia.org/wiki/Organic_food". The snippet includes "Organic food is food produced by methods that comply with the standards of organic farming. Standards vary worldwide, but organic farming in general features ...". A green arrow points from the text "SEO" to the result.

¿QUÉ ES EL SEM?

... aunque lo cierto es que su definición podría incluir todas aquellas acciones de marketing que se realizan dentro de un buscador, sean o no de pago.



SEO vs SEM



Sustained Value



Trustworthiness



Cost



Quick Results



Better Data



Test-able Experiences

THE SIMILARITIES

Both SEM and SEO ...

- Help your brand appear in search results
- Drive more traffic to your website
- Require knowing your audience
- Use keyword research to uncover popular search terms
- Target specific keywords
- Require testing and continuous optimization

CONCEPTOS BÁSICOS: SEO VS. SEM



DIFFERENCES	SEM	SEO
Search Results	Include "Ad" designation and have ad extensions	Appear as organic results and have featured snippets
Cost	Pay each time user clicks	Pay nothing
Visibility	Shown to select targeted audience	Shown to anyone
Results	Are immediate	Take time
Good for testing	✓	X
Provide value over time	X	✓
Click-through rate	Lower	Higher


 An  company

Algunos de los beneficios que el marketing en buscadores puede aportar a su marca:

- Obtenga tráfico altamente cualificado para su página
- Dar a conocer su marca o empresa a todo el mundo
- Generar conversiones
- Llegar lejos con un presupuesto:
- Publicidad contextual



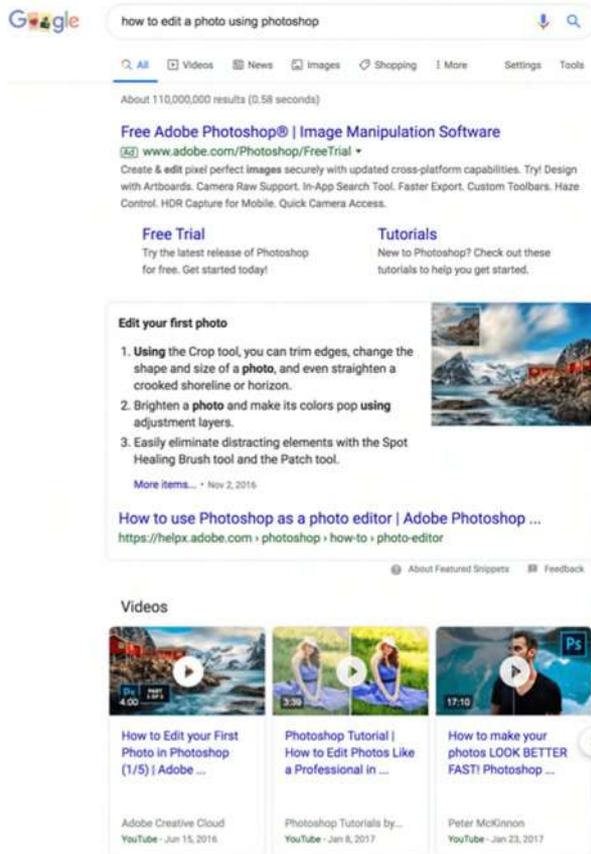


<https://www.youtube.com/watch?v=CEpcMPyjX4s>

¿QUÉ ES EL SMO?

El SMO, o **Social Media Optimization**, es un concepto cuya idea principal es utilizar las redes sociales para ampliar la presencia digital de una marca y mejorar el rendimiento de su estrategia de posicionamiento, a partir de optimizaciones que hagan que los canales de Social Media tengan el rendimiento óptimo para cumplir sus objetivos.





Google

[All](#) [Videos](#) [News](#) [Images](#) [Shopping](#) [More](#) [Settings](#) [Tools](#)

About 110,000,000 results (0.58 seconds)

Free Adobe Photoshop® | Image Manipulation Software
www.adobe.com/Photoshop/FreeTrial

Create & edit pixel perfect images securely with updated cross-platform capabilities. Try! Design with Artboards. Camera Raw Support. In-App Search Tool. Faster Export. Custom Toolbars. Haze Control. HDR Capture for Mobile. Quick Camera Access.

Free Trial

Try the latest release of Photoshop for free. Get started today!

Tutorials

New to Photoshop? Check out these tutorials to help you get started.

Edit your first photo

- Using the Crop tool, you can trim edges, change the shape and size of a photo, and even straighten a crooked shoreline or horizon.
- Brighten a photo and make its colors pop using adjustment layers.
- Easily eliminate distracting elements with the Spot Healing Brush tool and the Patch tool.

[More items...](#) • Nov 2, 2016

How to use Photoshop as a photo editor | Adobe Photoshop ...
<https://helpx.adobe.com/photoshop/how-to/photo-editor>

About Featured Snippets Feedback

Videos



How to Edit your First Photo in Photoshop (1/5) | Adobe ...

Adobe Creative Cloud
YouTube - Jan 15, 2016



Photoshop Tutorial | How to Edit Photos Like a Professional in ...

Photoshop Tutorials by...
YouTube - Jan 8, 2017



How to make your photos LOOK BETTER FAST! Photoshop ...

Peter McKinnon
YouTube - Jan 23, 2017

Share This Class, Get Free Months

Invite your friends to try Premium Membership free for 2 months. Earn one free month for each friend who signs up.



Email Addresses (Separate by Commas)

Send

CPM es un término de marketing digital que significa coste por mil.

El CPM mide el coste de un anuncio online por cada 1.000 impresiones.

Una impresión es cuando el anuncio se muestra en una página web.



El CPM se utiliza habitualmente en los **sistemas de licitación**.

Estos sistemas utilizan el CPM para indicar **cuánto costará el anuncio por cada mil personas expuestas**.

Por ejemplo, si el precio del CPM está fijado en 3 dólares, el anunciante debe pagar 3 dólares por cada mil impresiones de su anuncio.

Cost Per Thousand (CPM) Formula

How to calculate the amount paid by advertisers for 1,000 impressions

$$\text{CPM} = \left(\frac{\text{Total Amount Spent}}{\text{Total Measured Impressions}} \right) \times 1000$$

(Cost Per Thousand)

El coste por clic (CPC) es una medida para las campañas de medios de pago que indica el coste por clic en su anuncio. Indica cuánto vale la pena invertir en un formato de anuncio online.



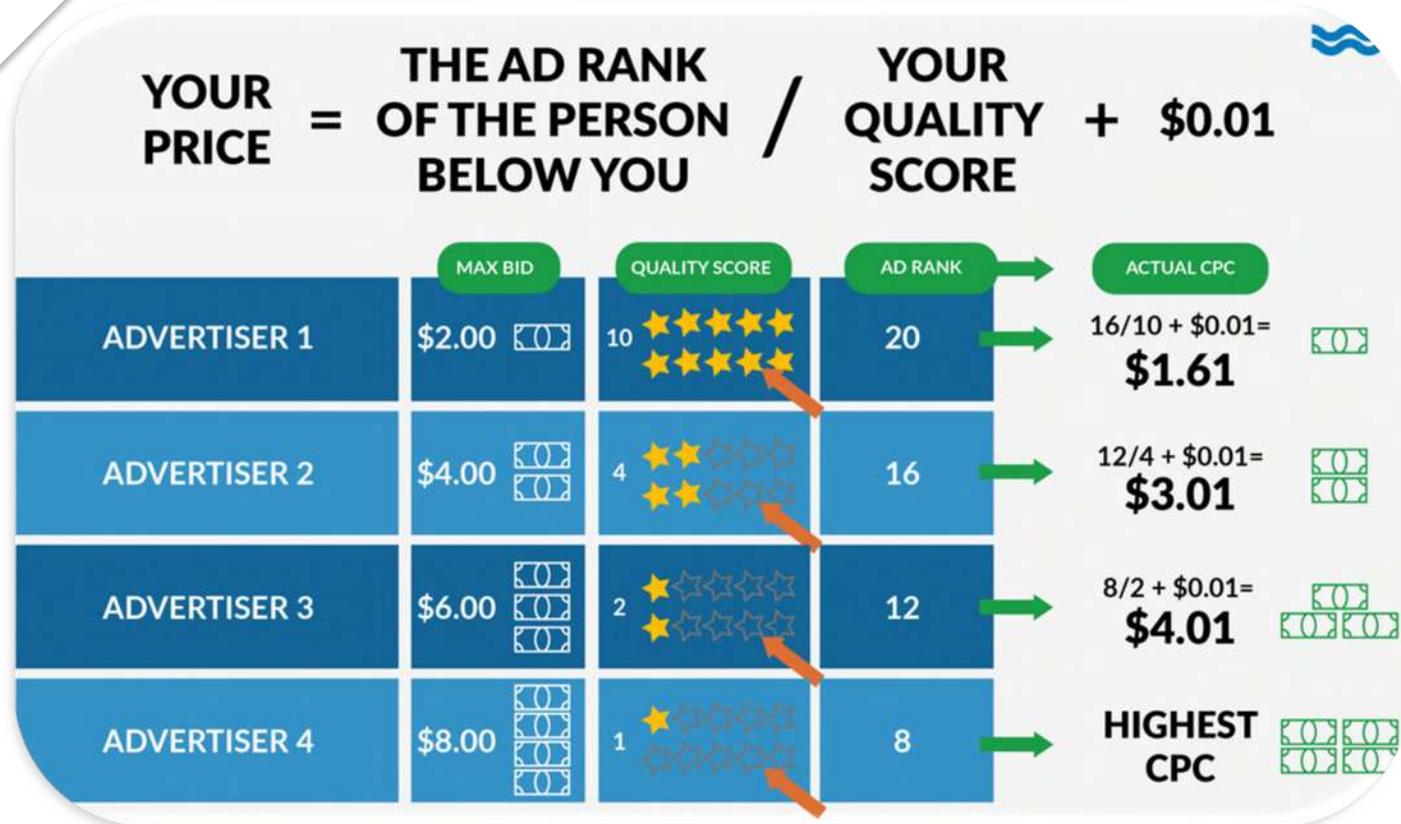
Cost Per Click (CPC) Formula

Calculate how much each click costs.

$$\text{CPC (Cost Per Click)} = \left(\frac{\text{Total Amount Spent}}{\text{Total Measured Clicks}} \right)$$

What does it mean?
Total Amount Spent: The total amount of money used on a marketing activity (eg running an ad campaign).
Total Measured Clicks: The total number of times a click occurred (and was counted by a server).

theonlineadvertisingguide.com **TO AG**



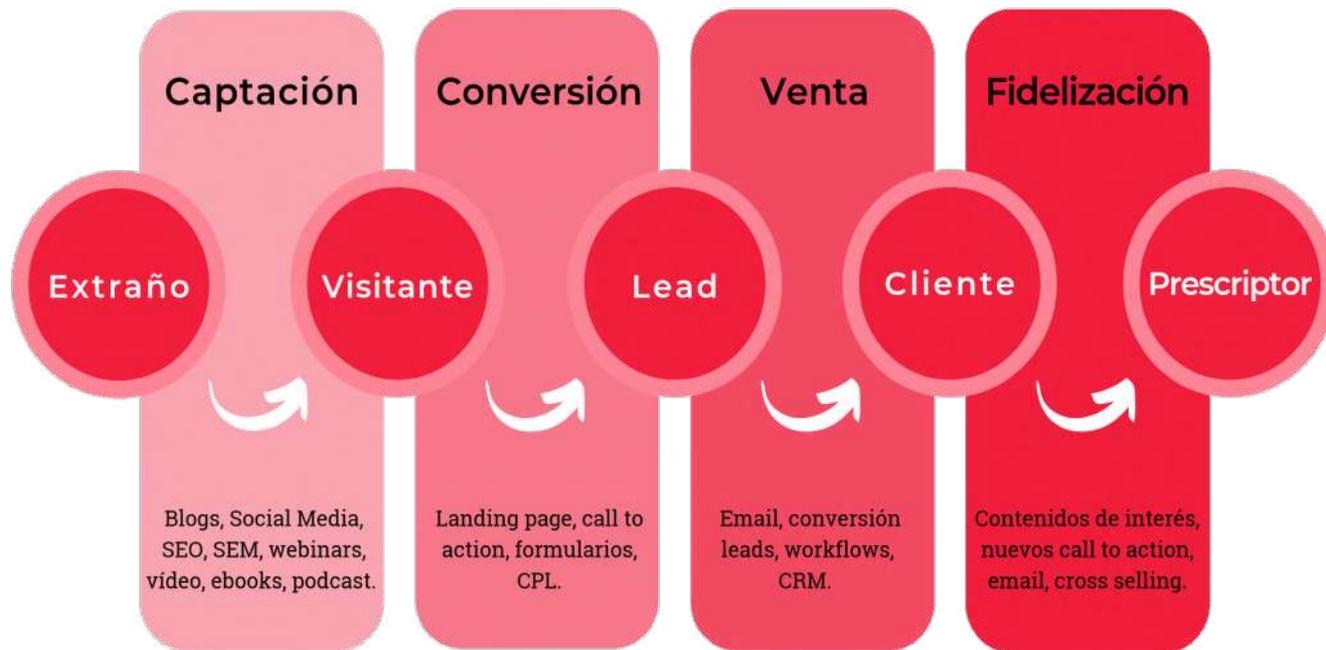
El CPL (Coste por Lead) es el coste de captación de cada lead (o cliente potencial). Dentro del Marketing de Afiliación podríamos decir que es el precio fijado por cada cliente potencial que conseguimos de una empresa, ya sea registrándose en su web, rellenando un formulario, etc.

Cost Per Lead (CPL) Formula
Calculate how much each lead costs:

$$\text{CPL (Cost Per Lead)} = \frac{\text{Total Amount Spent}}{\text{Total Attributed Leads}}$$

What does it mean?
Total Amount Spent: The total amount of money used on a marketing activity (eg running an ad campaign).
Lead: The contact details of a potential customer.
Total Attributed Leads: The total number of leads that were attributed to this marketing activity. Leads are type of conversion, and so can have multiple causes (eg someone seeing an ad in two different places before going to a website and filling in a newsletter sign-up form). Due to this advertisers often need to attribute each lead to a cause manually.

theonlineadvertisingguide.com **TO AG**



El CPA o Coste por Adquisición es una modalidad de pago utilizada dentro del ámbito de la publicidad online en la que el anunciante **sólo paga si el usuario realiza una compra a través de un anuncio**. Es decir, la empresa anunciante sólo tendrá que pagar por ese anuncio si finalmente es efectivo y se realiza la compra.

CPA
Cost Per Acquisition

$$\text{CPA} = \frac{\text{Total Ad Spend}}{\text{Total Attributed Conversions}}$$

CPA
Cost Per Acquisition
or Cost Per Action

Total Ad Spend

Total Attributed Conversions

PRINCIPALES MÉTRICAS DEL MARKETING ONLINE: CPM, CPC, CPL, CPA.





EMBUDO DE CONVERSIÓN

CPM ←
 Coste por 1.000 impresiones.
 Cantidad de veces que se muestra un anuncio, Ej: 5 euros al CPC, 30.000 impresiones -> coste 150€.

CPC ←
 Coste por clic.
 Sólo se paga por los clics que se hacen en anuncios. Objetivo, captar tráfico.

CPL ←
 Paso previo a convertirse en cliente.
 Se calcula en función de la cantidad de datos. Información dejada por el cliente potencial.

CPA ←
 Coste que se paga por una venta realizada.
 Sólo se paga por cada acción convertida de usuario.



Impresiones

Clics y destino landing

Leads

Transacciones

www.palentino.es



Otros indicadores:

CPI - Coste por instalación (software, app, juego ...)

CTR - Click Through Rate (proporción). Muestra la frecuencia con la que los usuarios que ven publicidad online, acaban pulsando sobre los enlaces que se muestran. Para obtener el porcentaje de clics se divide el número de usuarios que han pulsando entre el número de visualizaciones del anuncio.

Estar en la "milla de oro", es decir, en los primeros puestos de las búsquedas/resultados de Internet, sigue siendo una actividad clave dentro de un plan de marketing digital.

En resumen, para estar en los primeros puestos de la lista de resultados, es importante recordar:

- Cuidar la estructura de la web (diseño, usabilidad, distribución)
- Presentar contenidos originales que aporten valor al usuario y se diferencien de la competencia.
- Obtener una buena reputación digital y recomendaciones entre los usuarios.

En primer lugar, analizaremos en qué **motor de búsqueda** queremos realizar las campañas. El buscador por excelencia es **Google**, pero también podemos realizar campañas en otros buscadores como Bing, Yahoo o Yandex, este último muy popular en el mercado ruso.



Una vez que tengamos claro los buscadores en los que queremos realizar campañas, seleccionaremos el tipo de campañas que queremos realizar en función de nuestros objetivos de negocio (notoriedad, branding, ventas, etc.).



Por ejemplo, si nos centramos en los anuncios que podemos hacer dentro de la red de Google, que es la que sin duda ofrece más posibilidades, tenemos los siguientes tipos de campañas:

- **Anuncios dentro de la Red de Búsqueda:** podemos mostrar anuncios de texto
- **Anuncios en la Red de Display:** podemos mostrar anuncios de texto así como banners con creatividades.
- **Anuncios con selección de Display:** unifica los dos puntos anteriores pero para la red de display.
- **Anuncios en la plataforma Shopping:** es un formato específico para tiendas de productos online ya que los productos se muestran directamente en el buscador con una imagen, precio, así como el enlace directo para realizar la compra.
- **Anuncios de vídeo en la plataforma YouTube:** vídeos en formato de anuncio que se muestran entre los vídeos o antes de que se reproduzcan los vídeos en la plataforma.
- **Anuncios para publicitar Apps:** para promocionar aplicaciones entre los usuarios de Android.



<https://www.youtube.com/watch?v=CEpcMPyjX4s>

¿QUÉ ES GOOGLE ADWORDS?

Es un programa online (gratuito), que Google pone a nuestra disposición, para realizar campañas publicitarias en Internet. Es una herramienta muy completa y esconde muchas posibilidades para ayudarnos a optimizar nuestra campaña SEM. Sólo es necesario tener una cuenta de Google para acceder a la herramienta.

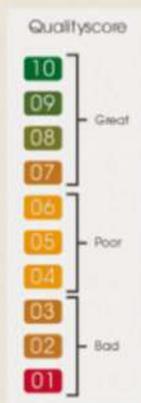


How does Google AdWords work?

What happens when you enter a query into Google?



Google looks up the keywords AdWords advertisers bid on



Keywords	CPC	Quality Score
a search query	2	10
just a search query	1,5	7

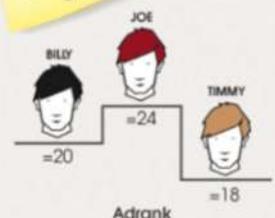
Keywords	CPC	Quality Score
another search query	2	9
just a search query	1,5	7

Keywords	CPC	Quality Score
a search query	3	8
any search query	2	6

Adrank Calculation



Keywords with a Quality Score below 4 aren't eligible for auctions and don't receive impressions at all.



$\text{max. CPC} \times \text{Qualityscore} = \text{Adrank}$

How does the auction system actually work?

There is a difference between your max. CPC and your actual CPC!

The actual CPC paid for a click differs from the max. CPC. Basically it's calculated by the AdRank from the advertiser in the lower position divided by the quality score.

$$\text{actual CPC} = \text{Competitors Adrank} / \text{Your Quality Score}$$

Joe pays 2.5 for a click. To calculate this Google takes Billy's AdRank of 20 and divides that by Joe's Quality score of 8. $20 / 8$ equals 2.5!

It's not quite clear how the minimum price is calculated, we're quite sure that Quality Score, historical CTR of the keyword / Display URL and max. CPC play a role in the calculation.

It's not quite clear how the minimum price is calculated, we're quite sure that Quality Score, historical CTR of the keyword / Display URL and max. CPC play a role in the calculation.

	max CPC	Quality Score	AdRank	actual CPC
JOE	3	8	24	$(20/8) = 2.5$
BILLY	2	10	20	$(18/10) = 1.8$
THOMAS	2	9	18	min. Bid

Let's say Joe raises the quality Score from 8 to 10. So he still stays on position #1 but pays 20% less for the click!

Billy's Adrank / Quality Score actual CPC

$$(20/10) = 2$$

That's 20% less costs!

Why does that matter or Why should I care?

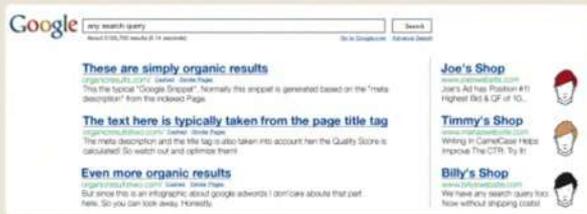
Understanding how the auction works, can save a lot of money!



Raising your Quality Score lowers not only your costs but also improves your ad positions!



So finally the Google Search Results Page (SERP) will look like this:



Sometimes the SERPS look a bit different: These are the Ad Extensions!

The Top 3 Tactics for optimizing a Google AdWords Account!

1 Create highly targeted Ad Groups

There should always be at least 2 ad variations per ad group! (ALWAYS be testing!)

Keywords

- blue shoes
- blueish shoes
- blue shoe
- shoe blue
- blue pair of shoes

Text Ads

Blue Shoes for Sale!
www.martinscalfo.com
Blue Shoes are On Sale Now!
Improve your Look now!

For Sale: Blue Shoes
www.martinscalfo.com
On Sale Now: Blue Shoes
Improve your Look now!

Text Ads

Red Shoes for Sale!
www.martinscalfo.com
Red Shoes are On Sale Now!
Improve your Look now!

For Sale: Red Shoes
www.martinscalfo.com
On Sale Now: Red Shoes
Improve your Look now!

Keywords

- red shoes
- reddish shoes
- red shoe
- shoe red
- red pair of shoes

Keep the maximum number of keywords per ad group somewhere around 5!

the keywords should define a semantic group around a word (shoes in this case)

2 A/B testing of ad Copy

BLUE SHOES ON SALE

Impressions: 2000, Clicks: 100, Conversions: 15

CTR: 5%, CVR: 15%

ON SALE BLUE SHOES

Impressions: 1500, Clicks: 100, Conversions: 8

CTR: 6.6%, CVR: 8%

Always define a clever KPI to test ad variants: CTR is not always the best one...

KPI	A	B	Winner	Confidence
CTR	5%	6.6%	B	96.09%
CVR	10%	8%	A	88.15%

Always consider confidence! Experiments should be solely based on data, not your gut feeling (which only indicates hunger!)

3 Clever bidding strategies: 3 easy rules

These are 3 simple rules that help when starting up a fresh account!

Pause keywords when:

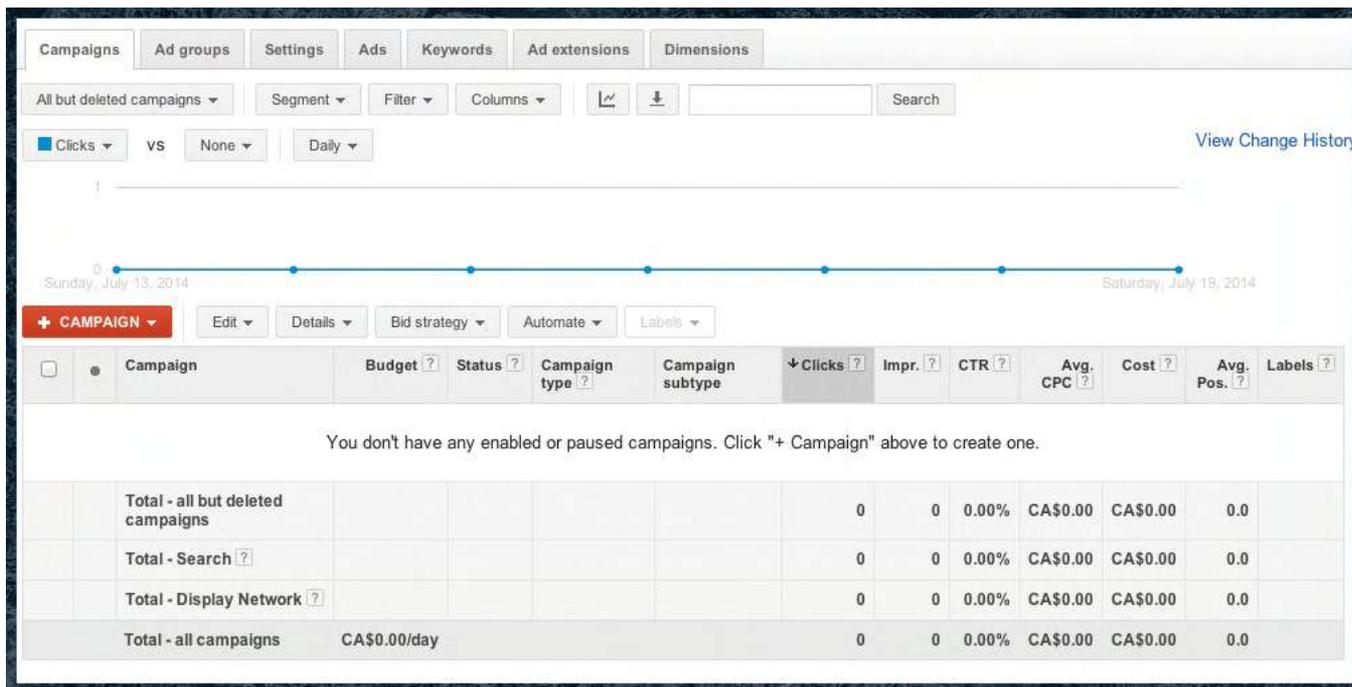
- Time Period: 30 days
- Number of Impressions: >200
- Click-through-Rate: < 1%

Pause Text Ads when:

- Time Period: 30 days
- Number of Impressions: >200
- Click-through-Rate: < 1%

Raise max CPC to first page bid estimate:

- Time Period: 30 days
- Average Position: > 1.8
- Quality Factor: < 4





<https://youtu.be/oQw8pn-xgZY>

CREACIÓN DE TIENDAS

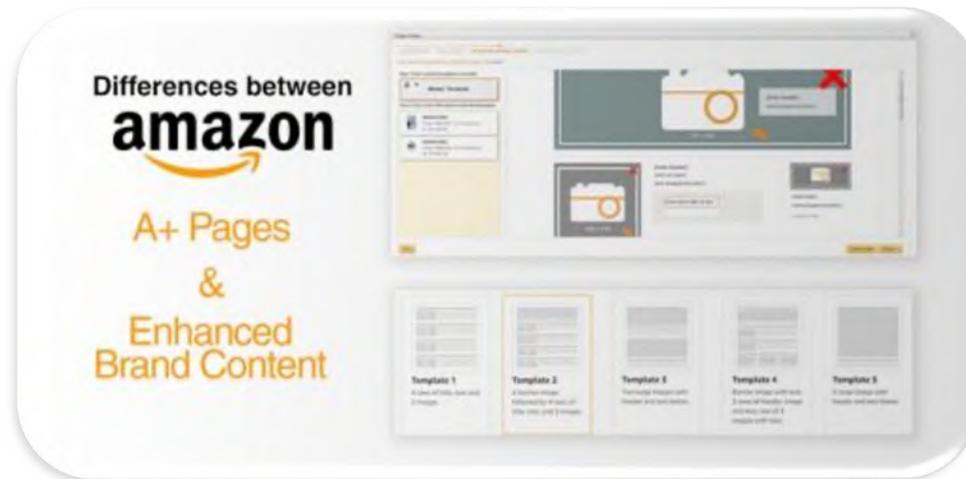
Un ejemplo de Tienda creada en Amazon España:



CREACIÓN DE CONTENIDOS A+

Para todos los productos subidos bajo una marca registrada, Amazon le permite la posibilidad de aumentar la información mostrada, a través de lo que se llama Contenido A+.

En la sección de Seller Central "Ads-Content Manager A+" podemos gestionar y proponer a Amazon el contenido que queremos mostrar. Debemos seleccionar el producto para el que queremos crear el contenido A+ y empezar a crearlo mediante la selección de una serie de módulos, que combinan texto con imágenes.



Un ejemplo de contenido A+, activo en Amazon:



Farala #behappy Woman
Eau de Toilette 100ml

Alegre, atrevida y espontánea, Farala #behappy siempre está buscando nuevas aventuras. En su mundo infinito solo hay lugar para la curiosidad y la felicidad. Su espíritu de libertad acompaña la jornada descubriendo y con ganas de explorar al máximo cada minuto de su vida.

Floral Especiado

Sus expresivas notas de rosa y jengibre en la salida se entrelazan en el corazón de esta fragancia con la fuerza del mandarina y el alegre jazmín en flor, creando un armonioso mundo casi mágico. En su fondo destacan notas de pachuli y almizcle que contrasta todo a su alrededor.



Pirámide Olfativa

- Notas de Salida: rosa y jengibre
- Notas de Corazón: mandarina, jazmín y germen
- Notas de Fondo: pachuli, almizcle y sándalo

Tendencia y notas olfativas



FLORAL ESPECIADA



Notas de Salida
Rosa y jengibre



Notas de Corazón
Mandarina, jazmín y germen



Notas de Fondo
Pachuli, almizcle y sándalo

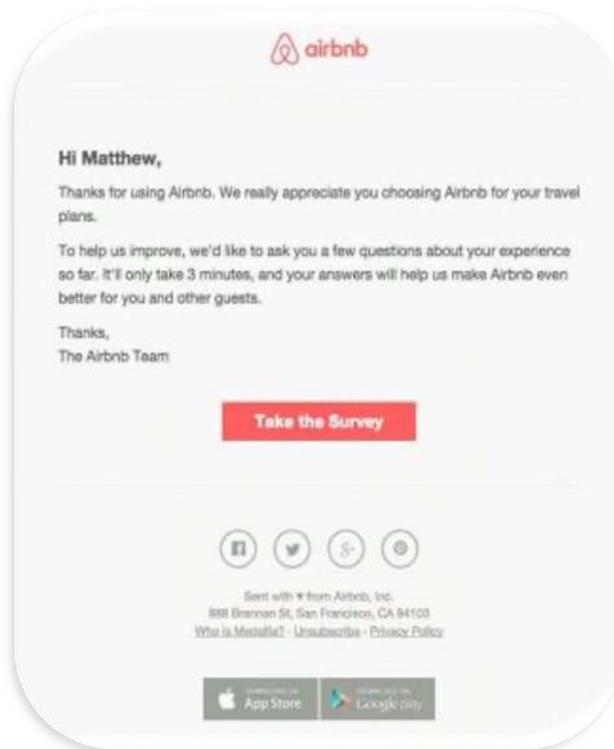


Farala #behappy EDT 100ml Set de regalo Farala #behappy Farala #BE EAU 100ml/100ml Farala SHIFF EDT 200ml

Tendencia Olfativa	Floral Especiado	Floral Especiado	Floral	Floral
Contiene	1 Producto	3 Productos	1 Producto	1 Producto
Fragancia (ml)	100ml	100ml	100ml	200ml
Contenido del Estuche		Gel de Baño perfumado 75ml - Body Lotion Perfumado 75ml		
Valor	11,95	13,95	11,95	13,95
Sexo	Mujer	Mujer	Mujer	Mujer

¿QUÉ ES?

El email marketing o envío de correos electrónicos se centra en el envío de un mensaje con el fin de adquirir nuevos clientes, desarrollar relaciones con los actuales, fidelizar, interactuar con los contactos, aumentar las ventas, generar confianza en un servicio o producto, confirmar una orden de compra, entre otros objetivos.



1. PERSONALIZAR LOS CORREOS ELECTRÓNICOS

Pinterest

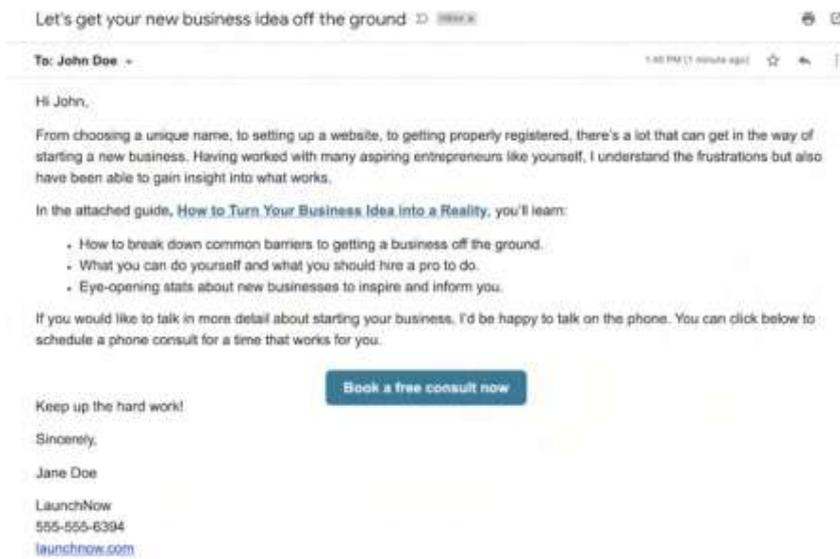
¡Hola Juan! No te pierdas estos Pines... - Encontramos algunos nuevos Pines para ti Del tablero Community Management Google AdWords: The Sm



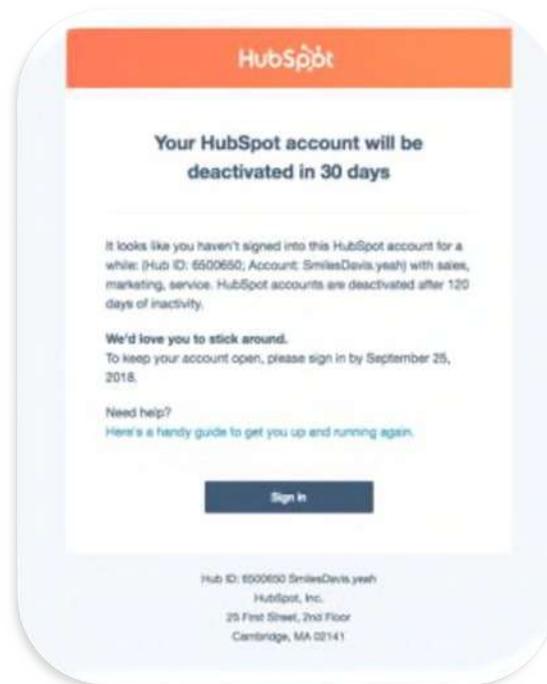
2. AUTOMATIZAR LOS CORREOS ELECTRÓNICOS POR EL ABANDONO EN EL CARRITO DE LA COMPRA.



3. ENVIAR UNA GUÍA DE COMPRA



4. CORREOS ELECTRÓNICOS RECORDATORIOS





5. RECOMPENSAR LA LEALTAD



6. CORREOS ELECTRÓNICOS TRANSACCIONALES



Explotar los puntos de dolor del cliente en una cancelación de pedido o enviar un correo electrónico a un comprador reciente con sugerencias para mejorar el producto que acaba de comprar es una gran manera de aumentar el valor por compra de un cliente.



<https://youtu.be/P4LzwX31Egg>

¿QUÉ ES EL MARKETING DE AFILIACIÓN?

Son estrategias que permiten abrir nuevos canales para **aumentar las ventas utilizando recursos externos a la empresa.**







CÓMO FUNCIONA:





<https://www.youtube.com/watch?v=9cysrZC4NSI>



VENTAJAS:

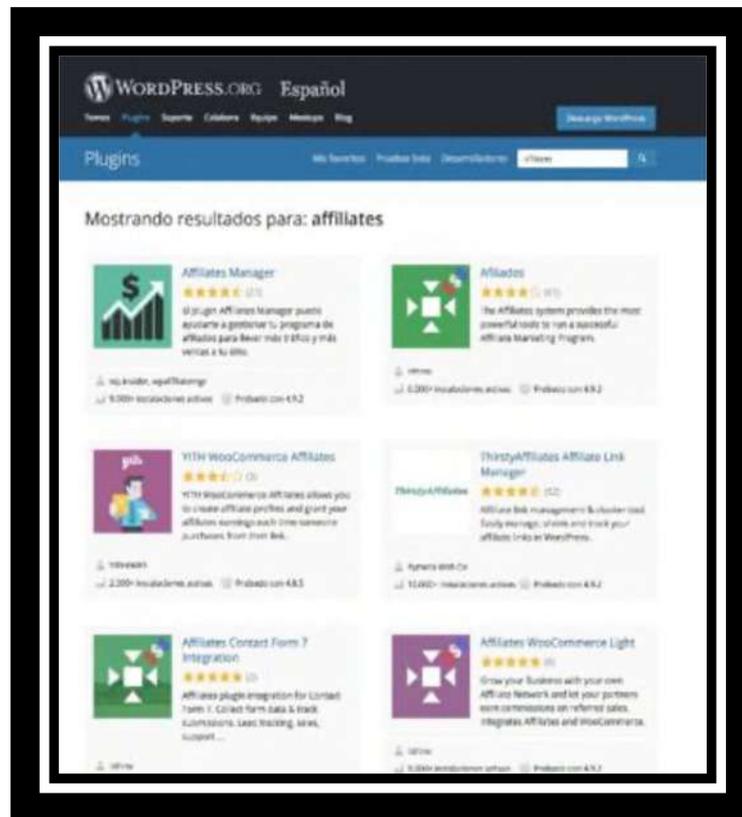
- . Aumento del tráfico
- . Mayor alcance
- . Se paga por los objetivos
- . Proceso semiautomatizado

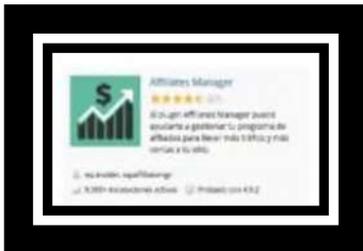


DESVENTAJAS:

- . El margen se reduce
- . No hay un control total del mensaje
- . Afiliados / Competidores

SOFTWARE PARA WORDPRESS:





AffiliateWP no solo es particularmente fácil de usar, sino que también tiene un gran conjunto de características y una gama de extensiones útiles, ha sido construido para **integrarse perfectamente con WooCommerce**. Si ya estás familiarizado con las páginas de administración de WooCommerce, entonces empezar con AffiliateWP no debería ser un problema en absoluto.

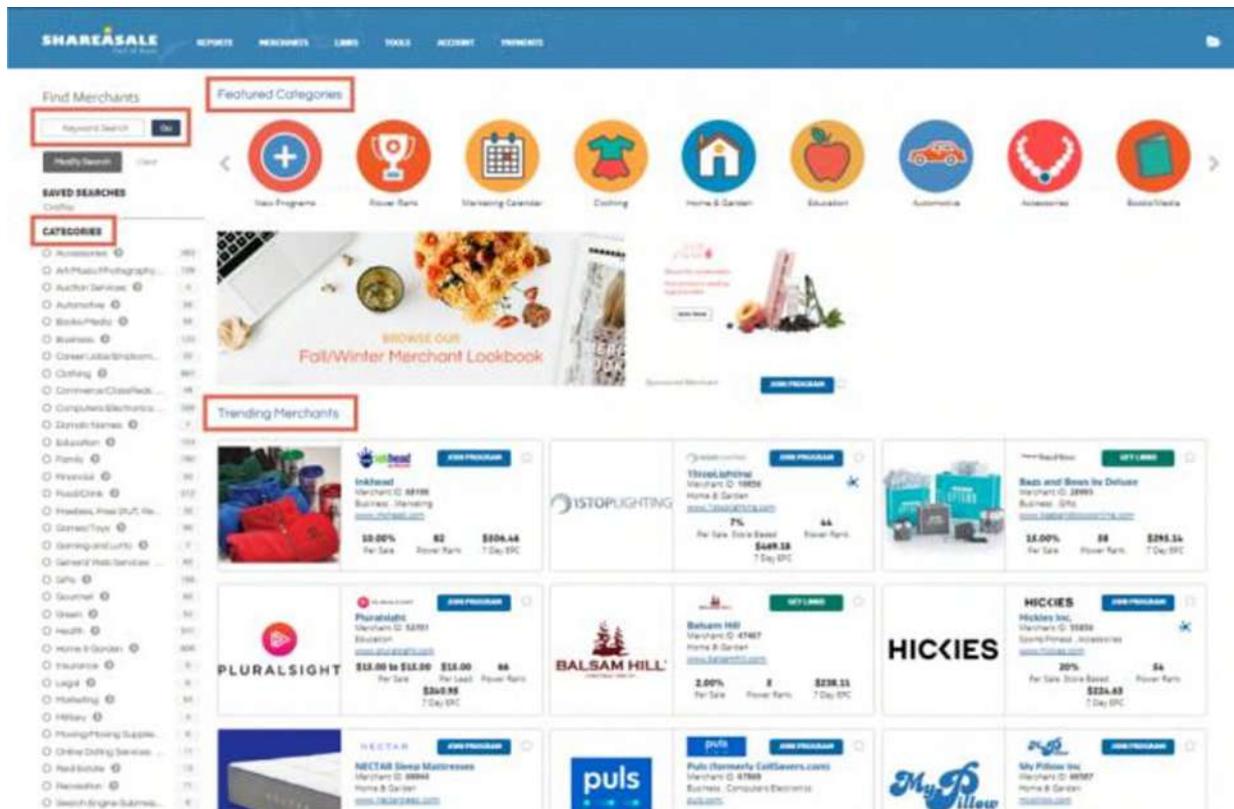




Es una de las mayores plataformas donde se pueden encontrar programas con innumerables temas de todos los sectores.

Dispone de programas de afiliación, por ejemplo, soluciones para tiendas online, publicidad b2b, registro de dominios, alojamiento, herramientas para redes sociales, plantillas para wordpress y herramientas para monitorizar los clics en los enlaces.





The screenshot shows the SHAREASALE dashboard interface. At the top, there are navigation tabs for REPORTS, MERCHANTS, LINKS, TOOLS, ACCOUNT, and PAYMENTS. Below this, the 'Find Merchants' section includes a keyword search bar and a 'Find Merchants' button. The 'Featured Categories' section displays a row of icons for categories like New Programs, Power Ranks, Viewing Calendar, Clothing, Home & Garden, Education, Automotive, Accessories, and Books/Vista. A central banner advertises a 'Fall/Winter Merchant Lookbook'. The 'Trending Merchants' section features a grid of merchant cards, each showing a product image, merchant name, ID, and performance metrics like 'Per Sale', 'Power Rank', and '7 Day CPC'.

Merchant Name	Merchant ID	Per Sale	Power Rank	7 Day CPC
Instalmed	88198	\$3.00%	82	\$206.44
ISTOPLIGHTING	10026	7%	64	\$449.18
Beas and Beas by Deluxe	28993	15.00%	88	\$295.14
PLURALSIGHT	53101	\$18.00 to \$18.00	88	\$249.98
BALSAM HILL	47467	2.00%	8	\$238.11
HICKIES	32816	20%	84	\$224.63
NECTAR	88594			
puls	47889			
My Pillow Inc	36987			

Es una plataforma muy amplia que puedes manejar en diferentes idiomas (incluido el español) y en la que puedes optar a programas de afiliación de los siguientes sectores:

- Finanzas y seguros
- Compras y ventas al por menor
- Telecomunicaciones y servicios
- Viajes



The screenshot shows the AWIN website homepage. At the top left is the AWIN logo, which consists of a stylized flame icon and the word "AWIN". To the right of the logo are navigation links: "Advertisers", "Publishers", "Market Insights", "News and Events", "Contact", and "About Us". Further right are "Sign up" and "Login" buttons. The main content area features a large orange banner with the headline "We create trusted partnerships that drive growth" and a sub-headline "Our global affiliate marketing network empowers advertisers and publishers of all sizes to grow their businesses online". Below the banner is a light blue section with a cookie consent message: "This website uses cookies" followed by "This website uses cookies to improve user experience. By using our website you consent to all cookies in accordance with our Cookie Policy." At the bottom of this section are two buttons: "I Agree" and "Read more", and a "Legal" link.



Welcome We Can Track
Last login: 28/07/2019 11:11

68 English 111111: wecantrack.com Manage accounts Logout

 Part of Awin

Home Programs & Creative Solutions Statistics Inbox Account Help

Home Dashboard

Summary

Account	Product	Commission	Revenue	Orders	Clicks	Conversions
Account 1	Product 1	10%	1000	10	100	1
Account 2	Product 2	15%	1500	15	150	1
Account 3	Product 3	20%	2000	20	200	1

Summary

Account	Product	Commission	Revenue	Orders	Clicks	Conversions
Account 1	Product 1	10%	1000	10	100	1
Account 2	Product 2	15%	1500	15	150	1
Account 3	Product 3	20%	2000	20	200	1



Affiliate trabaja para muchos sectores y tiene un registro de más de 2.000 anunciantes. La web contiene varios contenidos para que sepas qué hacer en cada paso, en ese sentido es una de las más completas.

Tienes una guía de inicio rápido, ejemplos por si quieres conocer otros casos de éxito y entre su red de afiliados se encuentran empresas tan conocidas como Fnac, entre otras.

Tradedoubler
CONNECT & GROW

Tradedoubler

ADVERTISERS PUBLISHERS INFLUENCERS NEWS ABOUT CONTACT

LOGIN

Connect and Grow

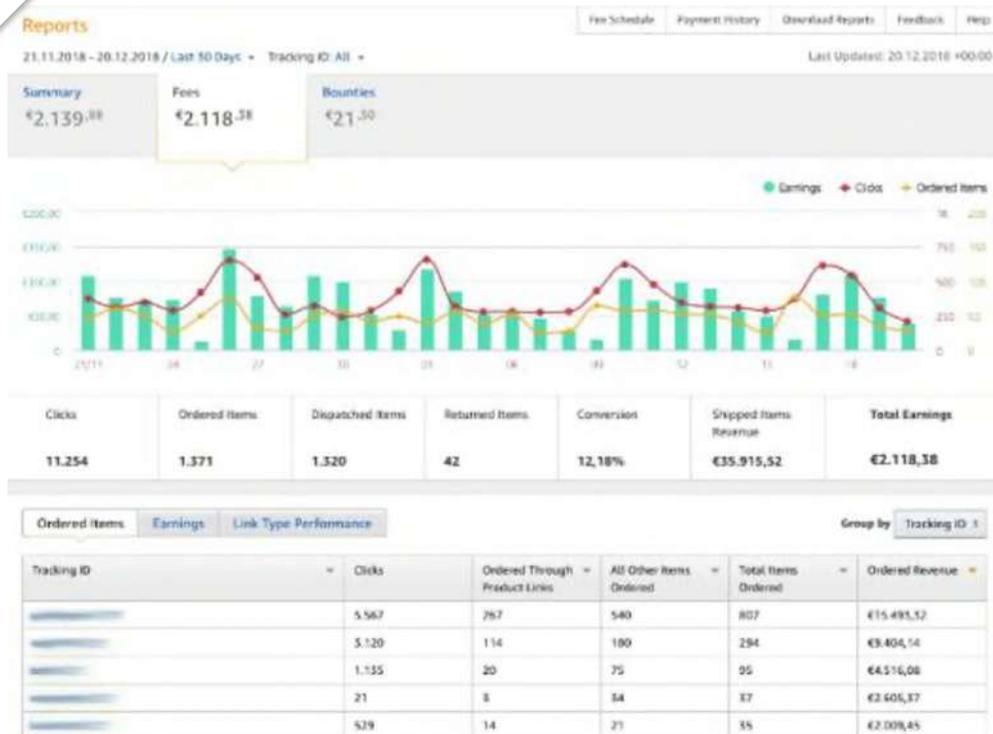
Are you looking for leading performance marketing and technology solutions powered by a unique network of connections?

ADVERTISERS

PUBLISHERS

INFLUENCERS

The screenshot shows the homepage of the TimeOne website. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, ADVERTISER, PUBLISHERS, OUR GROUP, and CONTACT, along with flags for France and Spain. The main content area features the TimeOne logo, the headline "FOCUS ON PERFORMANCE MARKETING", and a sub-headline: "TIMEONE IS YOUR LEAD AND TURNOVER GENERATION SPECIALIST! WE COMBINE AFFILIATION PLATFORM, LEAD MANAGEMENT TECHNOLOGY AND PROPRIETARY MEDIA." To the right of the text is a black and white photograph of a person in a mascot costume holding a large balloon shaped like a soft-serve ice cream cone.



EL CONTROL DE LA REPUTACIÓN ONLINE COMO ELEMENTO DE CAPTACIÓN DE LEADS Y COMO HERRAMIENTA DE INTELIGENCIA COMPETITIVA .



EL CONTROL DE LA REPUTACIÓN ONLINE COMO ELEMENTO DE CAPTACIÓN DE LEADS Y COMO HERRAMIENTA DE INTELIGENCIA COMPETITIVA .



El Community Manager es un profesional del marketing digital responsable de la gestión y el desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.



El **Community Manager** debe aportar valor en las siguientes 4 áreas:

- **Creación y gestión de contenidos.**
- **Analítica.** Seguimiento de todos los parámetros estratégicos y definición de KPIs (Key Performance Indicators): crecimiento de la comunidad, ROI (Return of Investment), tráfico de la web social...
- **Comunicación con la comunidad.** Establecer diálogos bidireccionales, crear audiencias, humanizar la marca y generar valor. En este punto entra en juego la atención al cliente. Las redes sociales son un escenario perfecto para ello.
- **Planificación de acciones de marketing digital**



The Online Community Manager "A Jack Of All Trades"

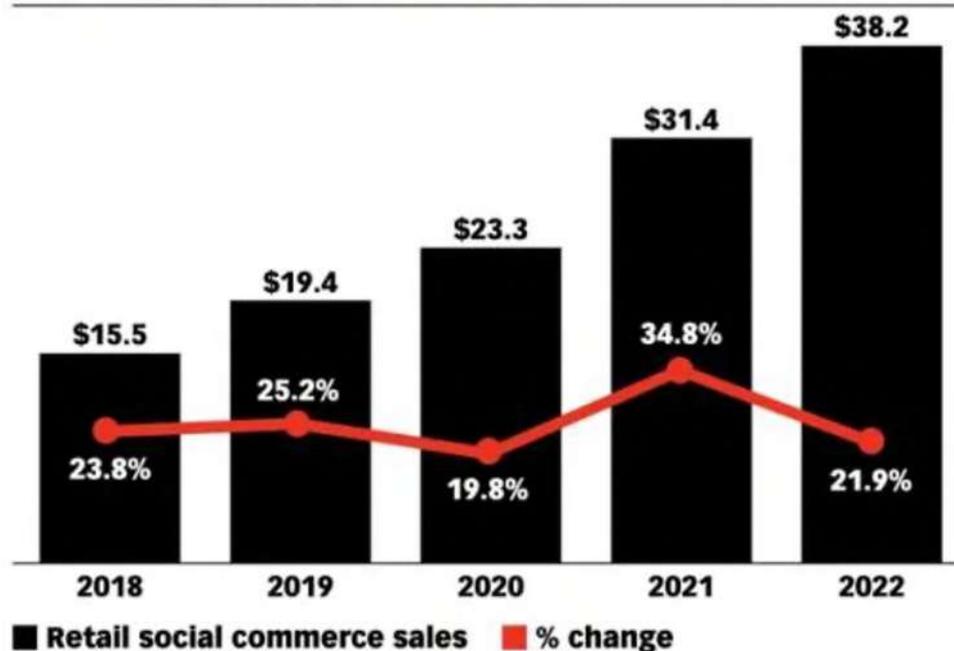


El social commerce o comercio social es una forma de comercio online que utiliza las redes sociales como un canal más de venta, tanto de productos como de servicios.

Los perfiles en redes sociales que tiene tu marca son un excelente escenario en el que atraes a potenciales clientes y en el que tienes la oportunidad de generar la confianza necesaria que toda venta necesita.

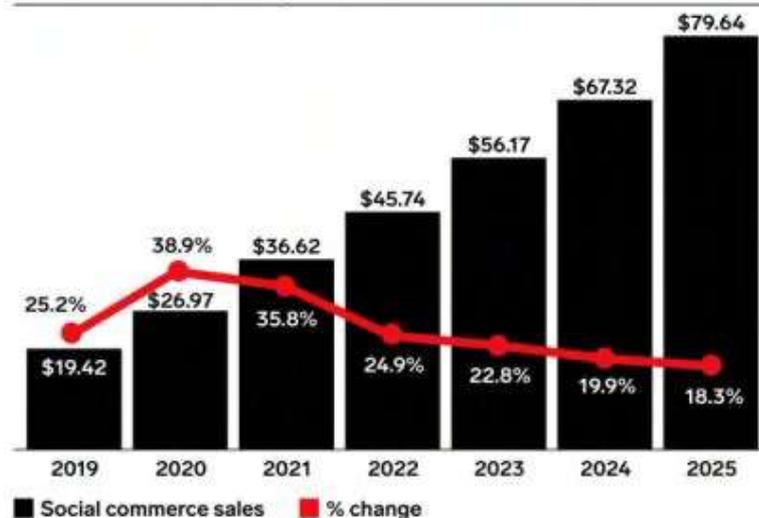


US Retail Social Commerce Sales, 2018-2022 billions and % change





US Retail Social Commerce Sales, 2019-2025
billions and % change



Note: includes products or services ordered via social networks (such as Facebook, Instagram, Pinterest, WeChat, Line, VK, and others) regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, tips, subscriptions, payments, such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice goods sales

Source: eMarketer, May 2021

266527

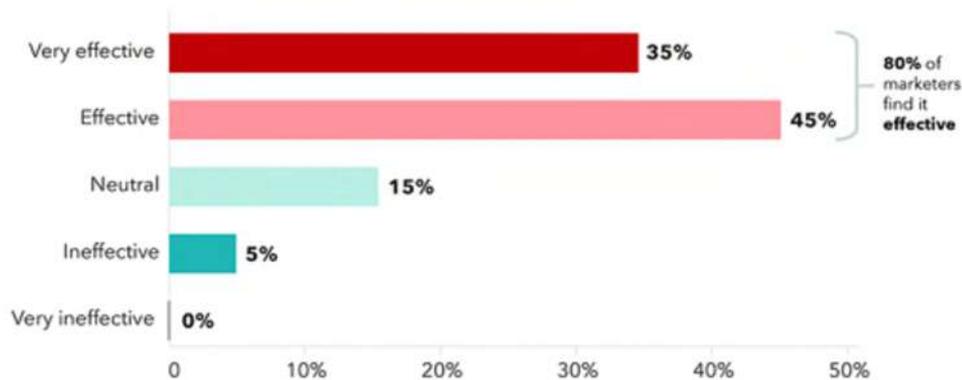
eMarketer | insiderintelligence.com

- Generas mayor **confianza** entre tu comunidad y tus potenciales clientes, debido a las recomendaciones que otros hacen de ti.
- Debido a lo que acabamos de decir, su **reputación** aumenta. Y eso alimenta la confianza y aumenta las ventas.
- Mejora el **engagement** en tus perfiles sociales, lo que te hace más **visible** en las redes sociales.
- Aunque no realices ventas directas de comercio social, **impulsas** la venta de los productos o servicios en tu **sitio web**.
- Te **diferencia** de la competencia, ya que la mayoría de las marcas aún no tienen una estrategia definida en este tema.



El **marketing de influencers** es una nueva **estrategia de marketing** que consiste en conseguir una serie de vínculos de colaboración entre las **marcas y empresas** y aquellas **personas con gran visibilidad** y protagonismo en internet, que se conocen como 'influencers'.

HOW EFFECTIVE IS INFLUENCER MARKETING?



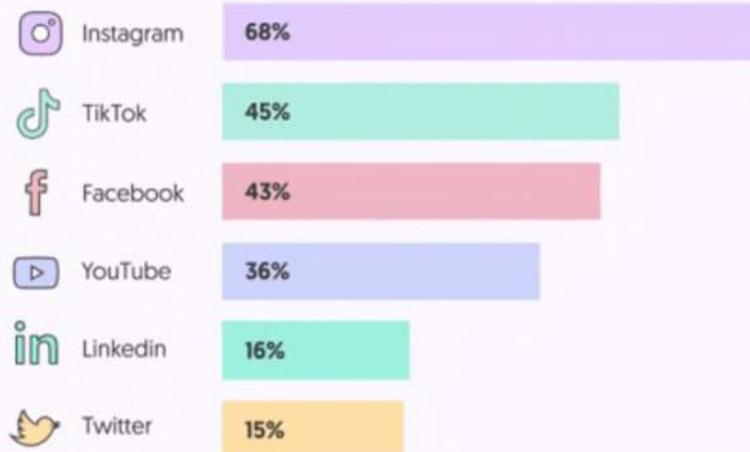
Los principales beneficios de utilizar técnicas de marketing de influencers son los siguientes:

- Los mensajes **positivos** de nuestra marca o empresa se amplifican.
- Se genera mucha **conversación** en la red sobre nuestros productos o servicios: conocimiento
- Se incrementa **el tráfico** a nuestro sitio web o a la página de aterrizaje de nuestra campaña.
- Los influencers son seguidos de cerca por un público objetivo de gran **poder adquisitivo** y muy consumista: la generación **millennial**.
- Si se diseña bien, una campaña de influencers no tiene por qué ser muy cara, y se puede conseguir un retorno de la inversión (ROI) satisfactorio y rentable.
- La marca gana **reputación** y prestigio

Para diseñar una buena estrategia de marketing de influencers...

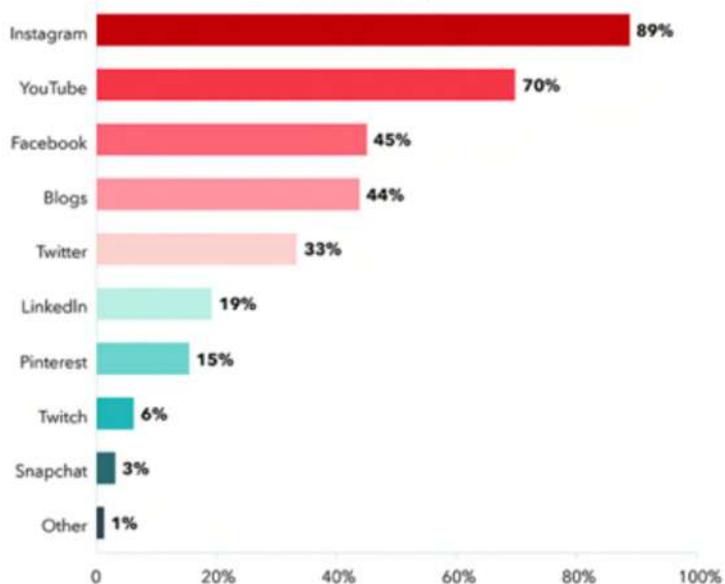
1. **Identificar a los** influencers más relevantes y, sobre todo, a los que mejor encajan con nuestros productos y los valores de nuestra marca o empresa.
2. Tenemos que conseguir una crítica positiva del influencer hacia nuestra marca o producto.
3. Otra opción es la inserción de un **anuncio**, más o menos oculto, durante las apariciones (contenido) de estos influencers.
4. También podemos **invitarles** a los lanzamientos de nuestros productos para promocionarlos.

Influencer Campaign channel utilization

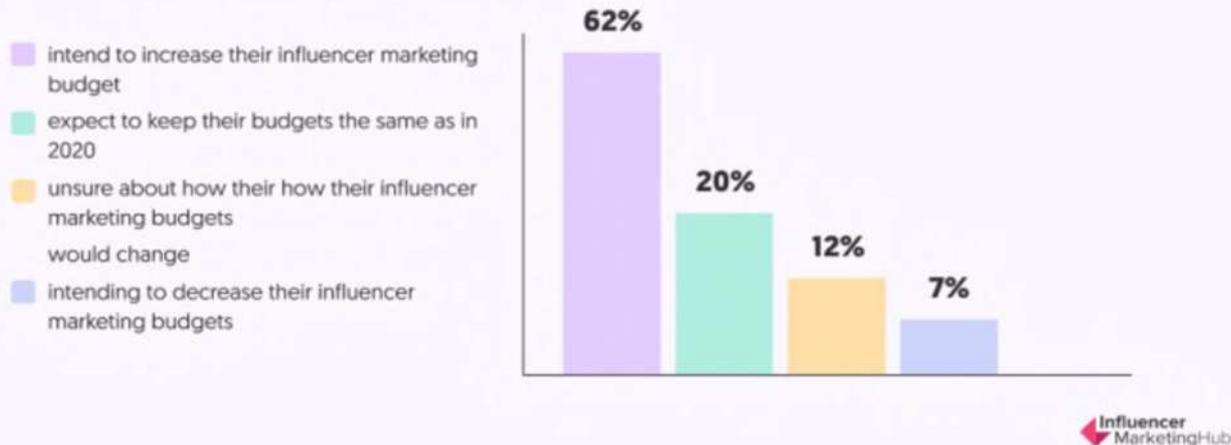


WHICH SOCIAL MEDIA CHANNELS ARE MOST IMPORTANT FOR INFLUENCER MARKETING?

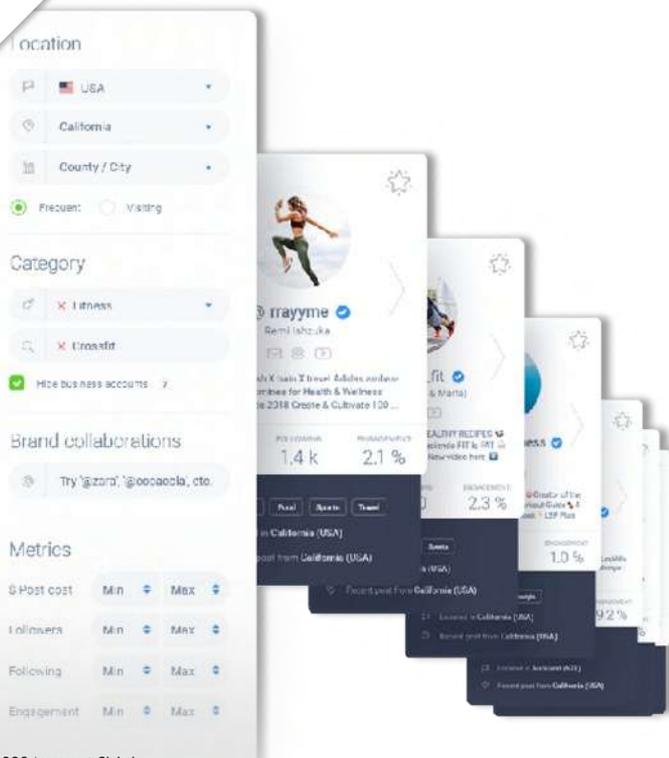
(Select multiple)



Substantial Growth in Influencer Campaigns in Q4 2020



heepsy

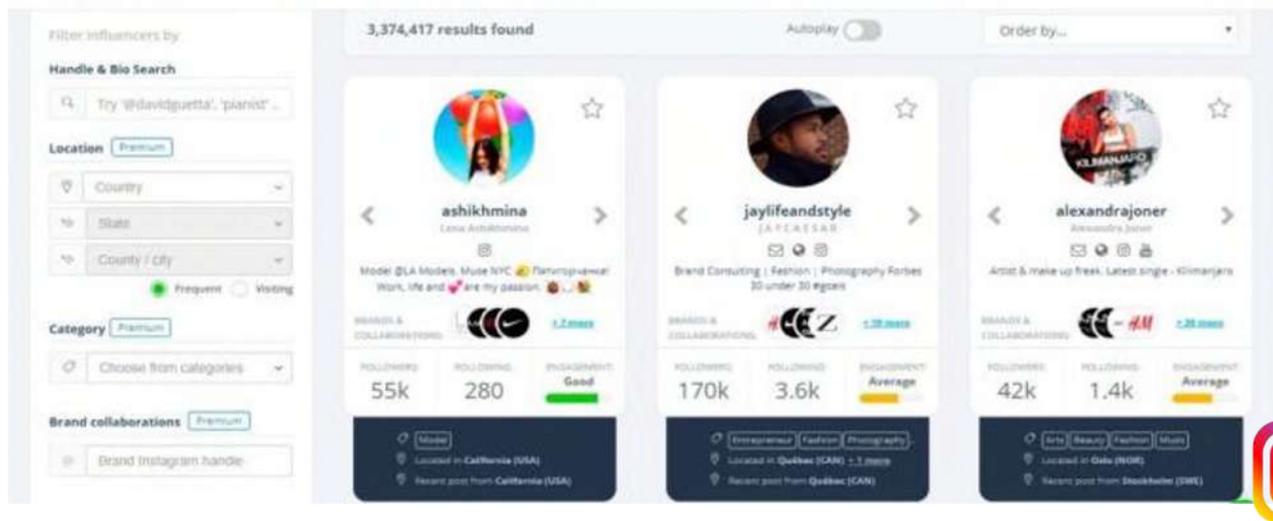


Heepsy es una web que facilita la búsqueda de influencers a las empresas que solicitan sus servicios para dar visibilidad a sus productos y actividades. Cuenta con más de 3 millones de influencers distinguidos en más de 40 categorías.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO?

Heepsy

Consiste en buscar una serie de filtros, según las necesidades de cada empresa. Heepsy muestra los usuarios de Instagram que tienen más de 5.000 seguidores y un perfil público. Se puede filtrar por diferentes categorías y ubicación. De esta manera, la empresa encontrará al influencer que mejor se adapte a su producto o servicio, según su identidad, gustos y público objetivo.



The screenshot shows the Heepsy search interface with the following details:

- Filter influencers by:**
 - Handle & Bio Search:** Try @davidgusta, 'paris' ..
 - Location:** Premium. Country, State, County / City.
 - Category:** Premium. Choose from categories.
 - Brand collaborations:** Premium. Brand Instagram handle.
- Results:** 3,374,417 results found. Autoplay: Off. Order by: ...
- Profile 1: ashikhmina** (Lena Achikhanova)
 - Model @LA Models, Muse NYC, Fashionpreneur!
 - Work, life and love are my passion.
 - Followers: 55k, Following: 280, Engagement: Good.
 - Location: California (USA).
- Profile 2: jaylifeandstyle** (JAYLEASAE)
 - Brand Consulting | Fashion | Photography Forbes 30 under 30 @age
 - Followers: 170k, Following: 3.6k, Engagement: Average.
 - Location: Québec (CAN).
- Profile 3: alexandrajoner** (Alexandra Joner)
 - Artist & make up freak. Latest single - Klimaxjara
 - Followers: 42k, Following: 1.4k, Engagement: Average.
 - Location: Oslo (NOR).



Heepsy



¿CÓMO FUNCIONA?

Además de la búsqueda de influencers por filtros, existe un apartado de análisis de datos cualitativos que controla el crecimiento de seguidores a lo largo del tiempo y lo plasma en gráficos para una mejor visibilidad. Asimismo, se recogen los datos de las marcas con las que ha trabajado cada usuario.

Heepsy

HERRAMIENTAS



DESCUBRE

Permite encontrar los influencers más adecuados a las necesidades de las empresas aplicando diferentes filtros:

- categoría
- ubicación
- seguidores
- compromiso
- más filtros



MIS INFLUENCIAS

Aplicando o no los filtros, se puede recoger el número de influencers que cada usuario considera adecuado para su actividad económica.

Esta información puede descargarse en diferentes formatos

Existe la posibilidad de dejar comentarios al influencer, dejar una valoración y guardar la información de cada influencer.



PRECIOS

Divide las posibilidades de suscripción del usuario en 4 secciones:

- Gratis
- inicio
- Más
- Pro

Cada uno con características y limitaciones diferentes en la búsqueda de aquellos influencers que mejor se adapten a los intereses de la empresa.

Heepsy



Según el número de seguidores, podemos clasificar a los influencers de la siguiente manera:

- **Microinfluenciadores:** entre 5K y 15K.
- **Pequeños influenciadores:** entre 15K y 100K
- **Influyentes medianos:** entre 100K y 250K
- **Grandes influenciadores:** 250K y 1M



INFLUENCER'S SOLUTION

ANALYSIS

The audience analysis of the influencers is a differential value offered by Binfluencer. With this metric, brands can ensure that the audience of the influencer matches the target audience desired.

TOP 5 COUNTRIES

The countries where the influencer's audience impact the most organized from highest to lowest.

TOP 5 CITIES

Also, the cities where the influencer most impact.

% SUSPICIOUS ACCOUNTS

Suspicious accounts of being bots or false followers.

GENDER

The percentage of the gender of their audience.

AGE

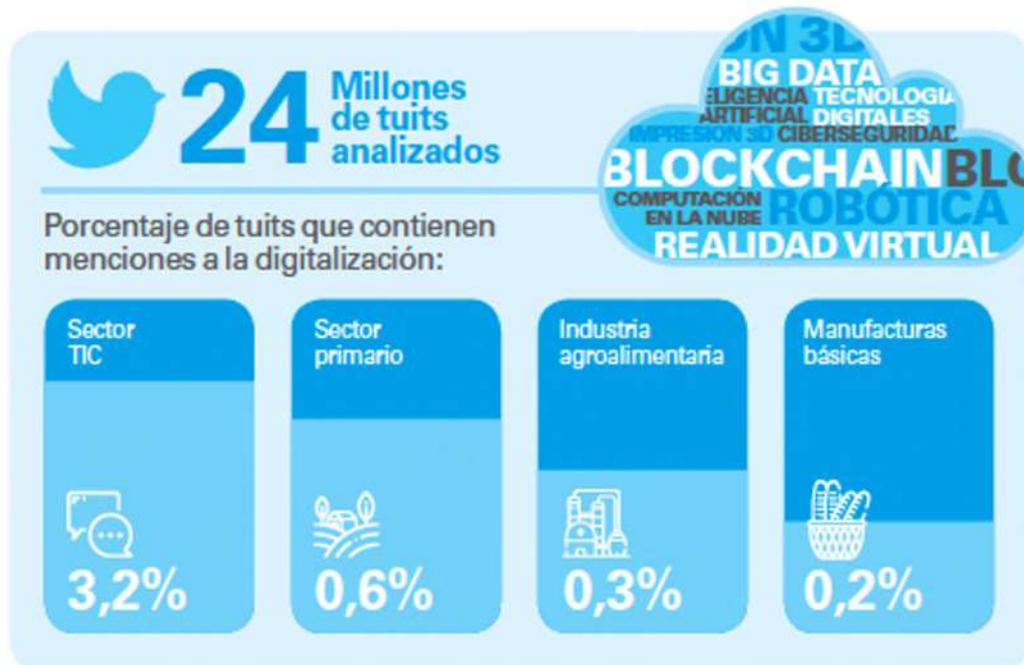
The division of their audience by age range.



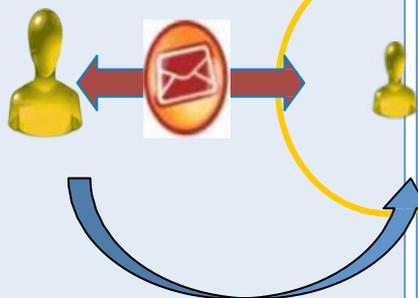


<https://youtu.be/gbbEXnRG9d8>

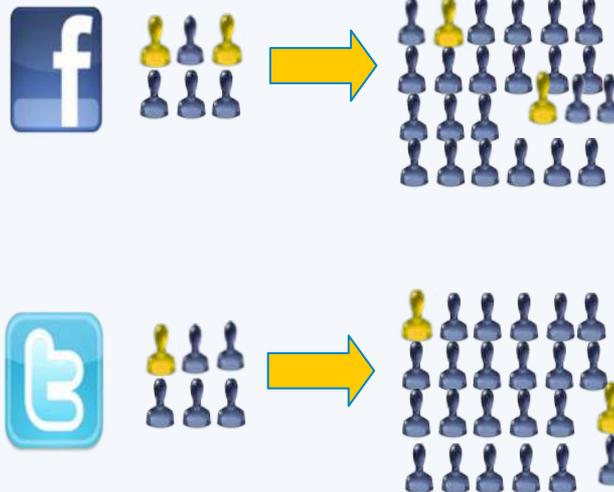
EL SECTOR AGROALIMENTARIO: MENCIONES EN LAS REDES SOCIALES.



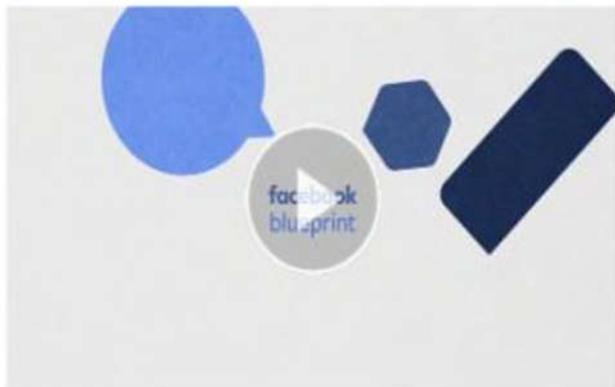
1.0 COMUNICACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL: EFECTO VIRAL



Learn the skills you
need to move your
business forward



[Explore courses >](#)

Browse free eLearning courses in a wide variety of topics and languages.

[Choose a learning path >](#)

Follow a tailored learning path made up of courses curated for your role.

[Get certified >](#)

Establish your Facebook marketing expertise. Put your skills to the test and earn verified credentials.

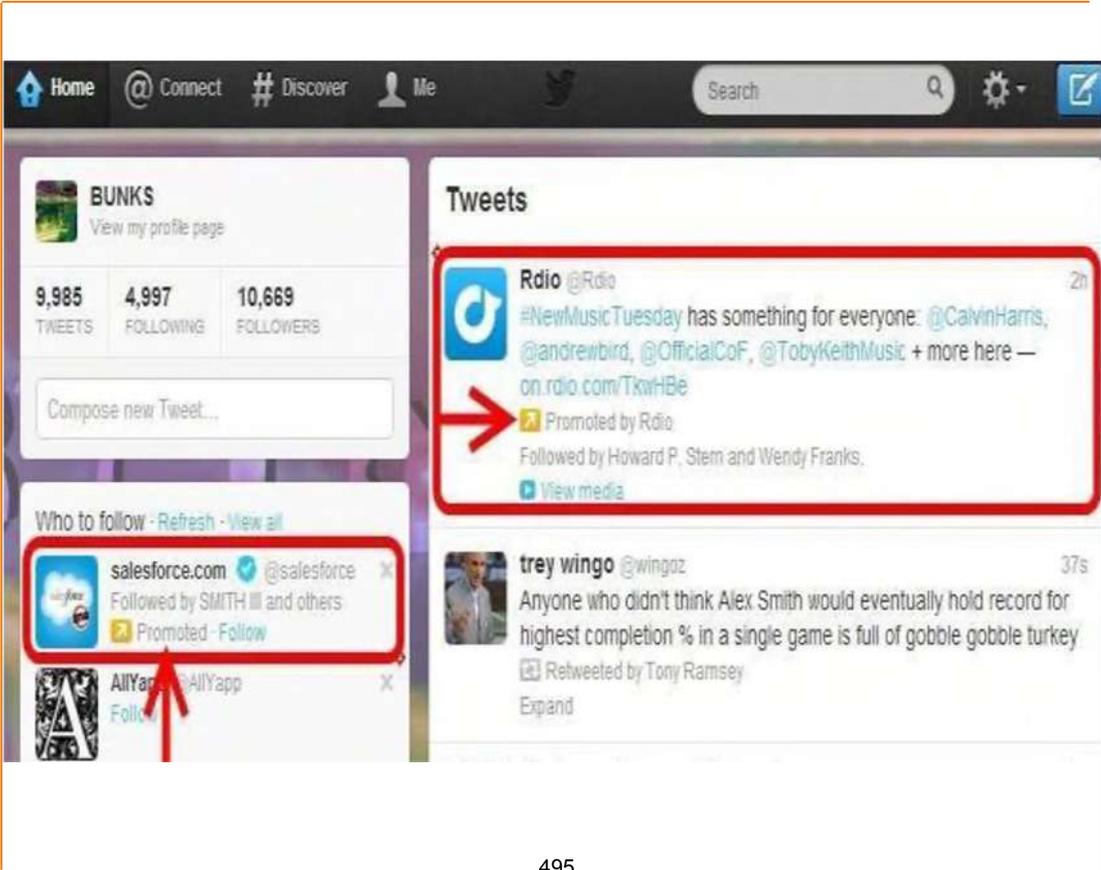


Dentro de Instagram es posible medir el impacto de la campaña a través de métricas:

- Compromiso de los seguidores.
- Post compromiso.
- Alcanzar el compromiso.
- Hashtags, volumen de menciones.
- Número de usuarios que han participado en el hashtag.
- Hashtags, interacciones e impresiones generadas.
- Aumento de seguidores, relacionado con el alcance potencial de su contenido.
- Tráfico de referencia; El enlace clicable en la biografía.
- Las mejores horas para publicar.
- La participación en las redes sociales, que le permite saber cuál es su papel en el mercado con respecto a la competencia.



<https://youtu.be/6qjkU3F128k>



The screenshot shows the Twitter profile of a user named 'BUNKS'. The profile card includes a profile picture, the name 'BUNKS', and a link to 'View my profile page'. Below this, statistics are shown: 9,985 TWEETS, 4,997 FOLLOWING, and 10,669 FOLLOWERS. A 'Compose new Tweet...' button is visible. The 'Who to follow' section lists 'salesforce.com @salesforce' (Promoted - Follow) and 'AllYapp AllYapp' (Follow). A red arrow points to the 'salesforce.com' entry. The 'Tweets' section shows a tweet from 'Rdio @Rdio' (2h) about '#NewMusicTuesday' with a link to rdio.com/TxwHBe. A red arrow points to the 'Promoted by Rdio' label. Below it is a tweet from 'trey wingo @wingoz' (37s) about Alex Smith's record.

- ¿Mi estrategia es B2B / B2C / ambas?
- Identificación de los principales datos del mercado digital (Statista, ComScore, Forrester, Consumer Barometer, ICEX, etc.)

Profile del consumidor / cliente (en el caso de los modelos B2C):

- Barómetro del consumidor
- Información sobre la audiencia de Facebook

Identificar y analizar a mis competidores:

- Motor de búsqueda local de Google.
- Sem Rush
- Sitio web similar
- construido con
- woorank

Diseño del plan de marketing:

- Marketing de contenidos: (SEO, redes sociales, vídeos, etc.)
- Marketing de resultados (SEM, afiliación)
- Uso de los mercados
- Modelos de contrato y costes asociados
- equipo asignado

LOS 10 PRINCIPALES INFLUENCIADORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO



Dani Nierenberg



Rob Leclerc



LOS 10 PRINCIPALES INFLUENCIADORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO



Louisa Burwood



Lisa Prassack



LOS 10 PRINCIPALES INFLUENCIADORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Juan Francisco Delgado



Xavier Niel



Nicolas Ferras



Anais Maury



LAS 10 PERSONAS MÁS INFLUYENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO



Benoit Rousseaux



John Hartnett



¿QUÉ ES UN MARKETPLACE?





Como si se tratara de un centro comercial online, donde encontramos múltiples tiendas y personas que venden sus productos y servicios.

- "Un *Marketplace* es un "*espacio*" que sirve de contacto entre oferentes y demandantes, normalmente con un fin *comercial* y siempre a cambio de una comisión por el servicio"
- "A cambio de esa tasa y/o *comisión*, el marketplace proporciona *tecnología* (plataforma) por un lado y *marketing* (usuarios) por otro"
- Podemos encontrar un marketplace de *productos* (Amazon) o de *servicios* (Upwork) para el *consumidor final* (eBay) o para *empresas* (Alibaba.com) los hay *horizontales* (Rakuten) o *verticales* (Mumumio en alimentación, Westwing en decoración)

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UN MARKETPLACE



PROS

- ✓ Have more traffic & audience engagement.
- ✓ Take less financial risk.
- ✓ Don't run inventory.
- ✓ Quick to set up.
- ✓ Have low or no costs upon set up.

CONS

- ✗ Compete among competitors.
- ✗ Lack of brand awareness.
- ✗ Can't build a customer list for marketing strategy.

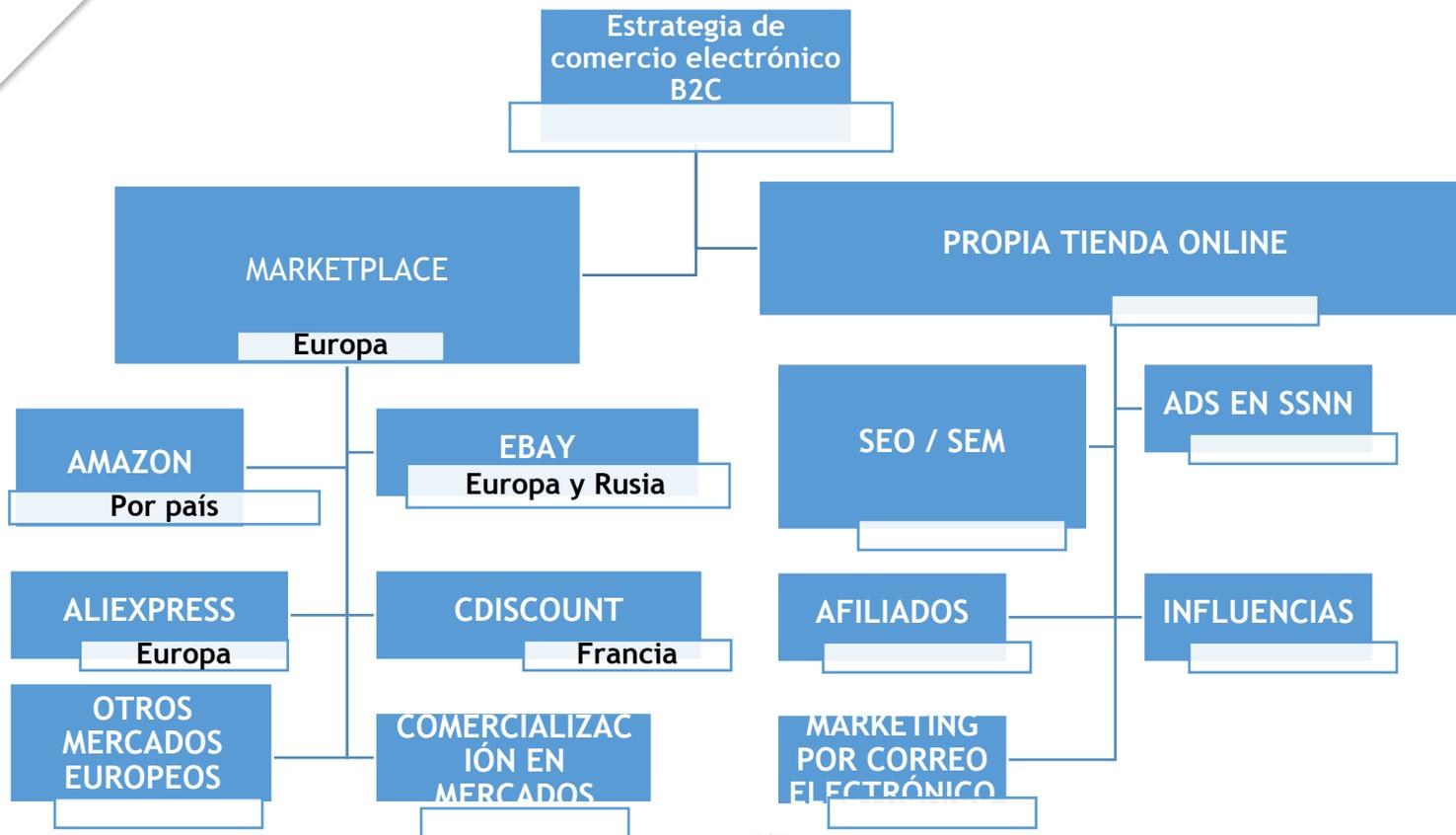
Selling on Online Marketplace

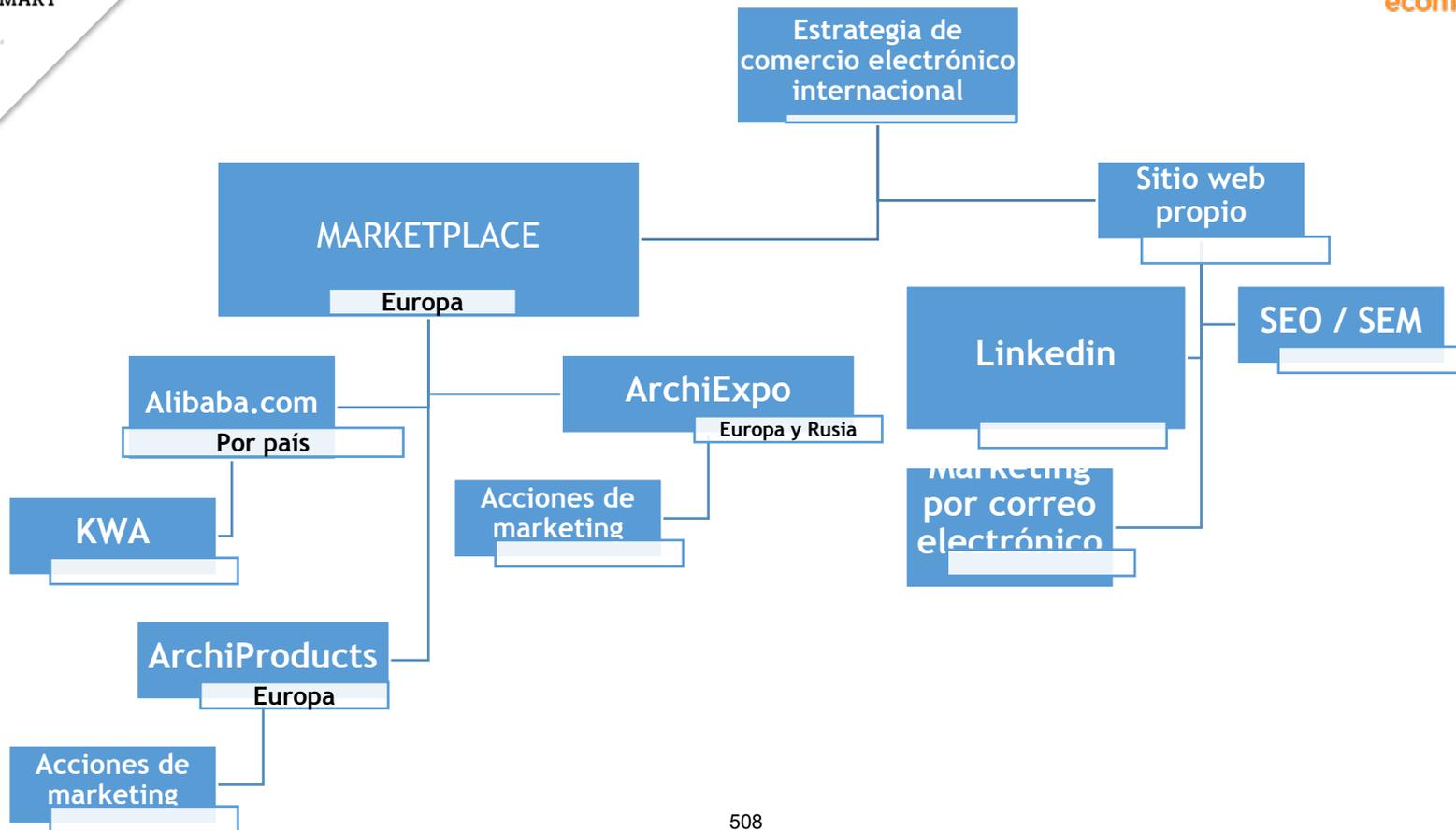


- Acceso barato a nuevas oportunidades de negocio.
- Escaparate para la oferta de sus productos y servicios.
- Posibilidad de probar los mercados internacionales a bajo coste.
- Información de mercado sobre la competencia.
- Marca de bajo coste (visibilidad internacional)
- En muchos B2C, la gestión del fraude (Amazon)
- Servicios de valor añadido (Amazon... servicios de alojamiento, logística, pagos...)

Promoción de la tienda online: marketing digital







EJEMPLO DE MARKETPLACE B2B PARA EL SECTOR AGROALIMENTARIO

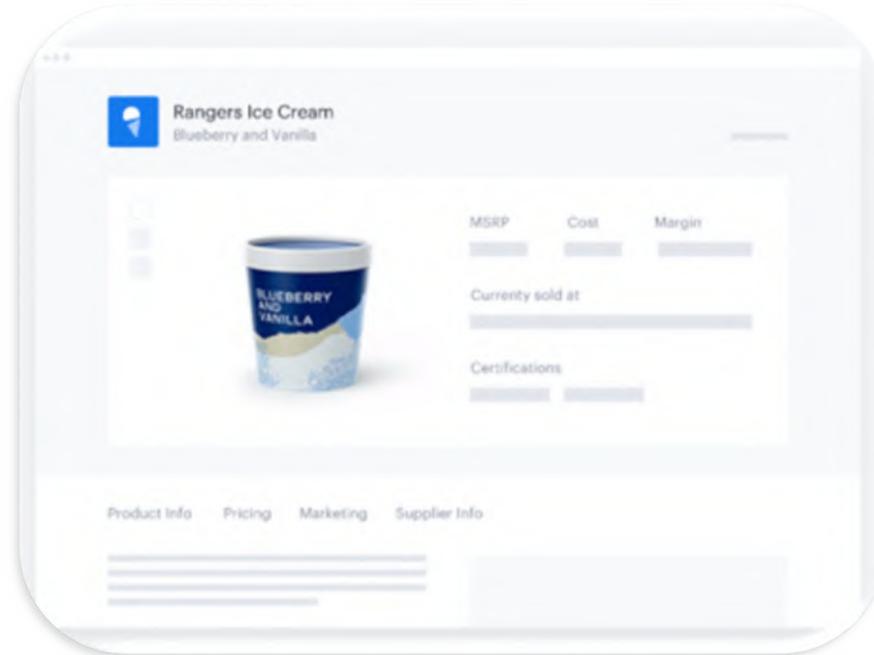


RANGE  **me**

RANGE·me

	MOST POPULAR	
Plus	Premium	Pro
\$299/year	\$1399/year	Starts at \$2499/year
For brands looking to scale their sales and marketing activities.	For retail-ready brands looking for greater visibility and tools to grow.	For brands looking for the most advanced RangeMe experience.
Select plan	Upgrade	Contact us
See less ^	See less ^	See less ^
Access to all Basic features and..	Access to all Plus features and..	Access to all Premium features and..
<ul style="list-style-type: none">✓ Track your retail leads✓ Manage your sell sheet✓ See which retailers are viewing your profile	<ul style="list-style-type: none">✓ Get up to 7x more views with RangeMe Verified™✓ Submit brand directly to retailers✓ See how buyers are engaging in your category	<ul style="list-style-type: none">✓ Connect with a dedicated account manager✓ Ability to bulk upload products✓ Exclusive entry to virtual buyer meetings

EJEMPLO DE MARKETPLACE B2B PARA EL SECTOR AGROALIMENTARIO



RANGE me
Home
Browse
Interested

Back



Zoe Organic Unfiltered Apple Cider Vinegar with "mother" ✓
 Zoe acm

Save
Sample
Message
Share

Overview
Product Information
Pricing
Marketing
Gallery



Zoe Apple Cider Vinegar

\$6.49 USD	\$4.00 USD	\$2.49 USD (38%)
MSRP	Cost	Gross Margin

i Actual pricing may vary, depending on factors such as distribution channel and order quantities. Please visit the distributor website for distributor pricing.

Buy from **UNFI Easy Options** site

EJEMPLO DE MARKETPLACE B2B PARA EL SECTOR AGROALIMENTARIO



<https://youtu.be/quSyKPYr800>

LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



Tanto Taobao como Tmall cuentan con diversas herramientas de marketing. Por ejemplo, Zhitongche, que se utiliza habitualmente para atraer y generar tráfico a la tienda. Además, existen otras herramientas que permiten participar en las diferentes campañas de marketing dentro de la plataforma o añadir un streaming en directo, entre otras.

LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



La transmisión en directo no sólo se utiliza en las redes sociales chinas, sino que también está cambiando enormemente la forma de comprar de los consumidores chinos. En estos años, las transmisiones en directo de Taobao y Duoyin han aumentado la mayoría de las ventas en línea de los productos que las utilizan. Es el mayor cambio en el comercio electrónico en el mercado chino en los últimos años.

Austin Li y Viya son dos de las personas que siempre están a la cabeza del ranking de vendedores online en China. En el festival online 6.18, que es la venta de mitad de año, Austin Li vendió 200 millones de RMB (unos 26 millones de euros) en una sola noche.

LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

The image shows two vertical promotional posters for Pascual yogurt. The left poster is white with a blue border and features a streamer in a blue suit. Text includes 'Pascual', '帕斯卡原装进口酸奶', '10秒售罄', '200,000杯', and 'pascual帕斯卡旗舰店 搜索'. The right poster is purple and blue, also featuring the same streamer. Text includes '你们的“魔鬼”李佳琦来咯! 原价99元', '到手价? 5元', '*4组【16盒】', '参与方式: 淘宝直播搜索: 李佳琦 进入直播间, 惊喜呈现!', '直播时间: 4月21日20:00-21:00', and a QR code.

Para introducirse en el mercado chino, Pascual eligió trabajar con el streamer Austin Li. Este probó los yogures de Pascual y dijo que tenían mejor sabor que otras marcas.

Gracias a ello, la gente empezó a conocer su marca y a buscar información en las redes sociales, al tiempo que aumentaban las ventas en su tienda oficial en Tmall y Taobao.

LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



Es el mayor sitio web de venta en China y principalmente para la venta al por mayor y de los fabricantes. Es la mejor opción comercial de tipo B2B para llegar al consumidor chino.

LOS MARKETPLACE CHINOS Y SUS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



1688 营销平台 marketing.1688.com

聚人气 提升客单价 提升回购率 就这么简单

学会了玩转营销工具

就这么简单

官方工具介绍

限时促销
打造爆款必备工具，轻松实现单品包邮，单品打折，单品团购等
立即设置 工具学习

满减券
提升高销量必备工具，轻松实现整点商品包邮，满减折扣，满减减免等
立即设置 工具学习

优惠券
提升回购率必备工具，店铺/商品/包邮三种券 满足更多营销场景
立即设置 工具学习

Herramientas de marketing dentro de 1688:

- Cupones
- Festivales en línea



Después de Taobao y Tmall, JD es el segundo mercado B2C con más consumidores en China.



Recientemente se ha incorporado una nueva plataforma de JD llamada JingXi. Es similar a Pinduoduo, es decir, se utiliza para las compras en grupo.

También se puede conectar con WeChat, que es la aplicación más utilizada por la gente a diario. La estrategia de esta plataforma es conectar las redes sociales con el mercado, por lo que el marketing de esta plataforma depende de las cuentas KOL de WeChat.





Import Food
进口食品网
 贸易对接 · 服务全球
 www.importfood.net

致力成为海内外客商信赖的贸易桥梁、合作使者!
 提高服务效率, **降低运营成本**

服务热线: **0754-88485995**

网站导航 | 综合资讯 | 联合采购 | 国际货源 | 热门推荐 | 供求信息 | 展会活动 | 合作品牌 | 品牌运营 | 成功案例 | 物流运输 | ENGLISH

门户网站: 进口食品网 专业网站

One Belt One Road offers you the opportunities. Dacang China offers you the market!
 Dacang China, the 23-year brand agency serving the enterprises from 100 countries and regions,
 helps you develop China's market creatively.

MARKETING

进口代理 大宗采购

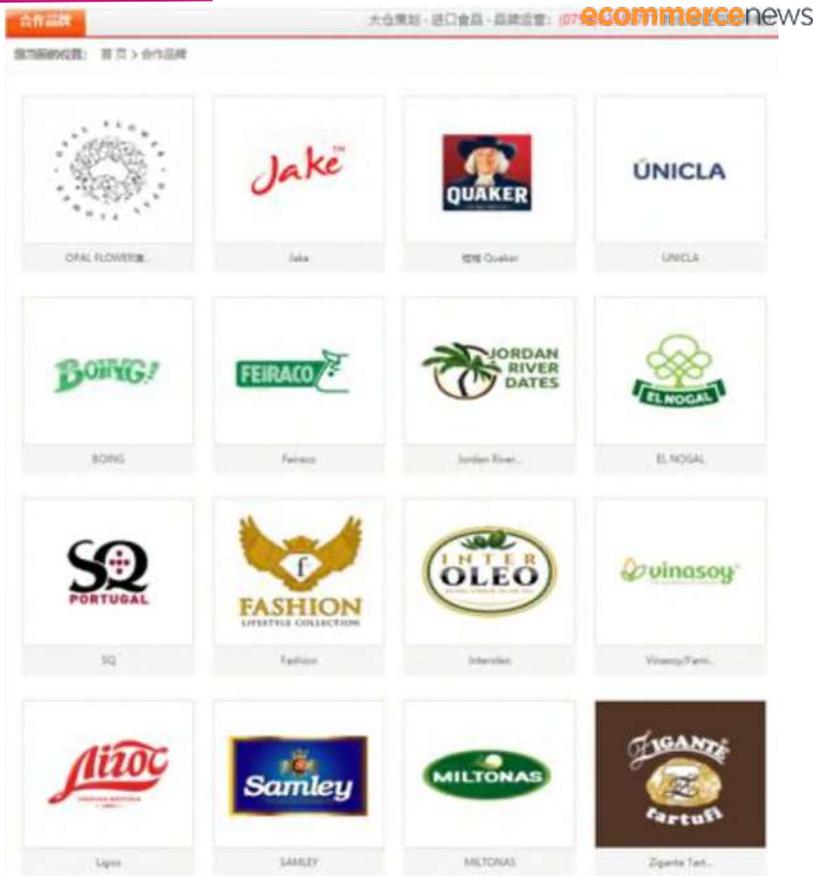
El mercado B2B para el sector alimentario en China



Clientes en más de 100 países y regiones.

Participa en la organización y cooperación con más de 100 exposiciones profesionales de alimentos importados en China y en el extranjero:

Feria de Cantón, Feria Nacional del Azúcar y el Vino, SIAL (Francia), FHC (Reino Unido), SEOUL FOOD (Corea del Sur), HOFEX (HK), Anuga (Alemania), etc.





Plataforma china B2B especializada en vino.