

Digitalizar + Prosperar

# MAXIMIZA EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO CON ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Cómo llegar a tus clientes y generar interés  
en un mundo con tantas distracciones.





# ¿QUÉ ES EL MARKETING DIGITAL?

Has trabajado arduamente para construir una marca sólida, pero en el mundo de hoy, compartirla con las masas puede ser todo un desafío. Los anuncios ya no tienen el mismo peso, pero al mismo tiempo, hay más expectativas que nunca en lo que respecta a la construcción de la imagen de tu marca, especialmente con el dominio de las redes sociales. Es momento de superar tus desafíos de marketing digital con una presencia en línea optimizada, desde afinar la experiencia en tu sitio hasta comprender mejor tu base de clientes potenciales.

Gracias a las redes sociales, el marketing digital se ha vuelto cada vez más accesible para negocios de todos los tamaños, pero esto tiene un inconveniente. Nuestro mundo está saturado de mensajes y anuncios de casi todos los productos y servicios disponibles. El cliente promedio ve hasta 10,000 anuncios al día, por lo que no es de extrañar que muchos se ignoren frecuentemente.<sup>1</sup> La gran cantidad de anuncios que se consume dificulta que los clientes absorban suficiente información que podría influir en las decisiones de compra.

Las personas no solo pasan por alto los mensajes de marca, sino que las marcas más grandes tienden a dominar los breves periodos de atención de los clientes con su avalancha de contenido, ofertas y promociones. Sin embargo, la calidad de tu contenido puede ser tan efectiva como la cantidad. Sigue los pasos indicados a continuación para afinar tu estrategia de marketing y así puedas sobresalir sabiendo cómo llegar a tus clientes y qué decirles.





# POR QUÉ ES IMPORTANTE UN MARKETING DIGITAL EFECTIVO

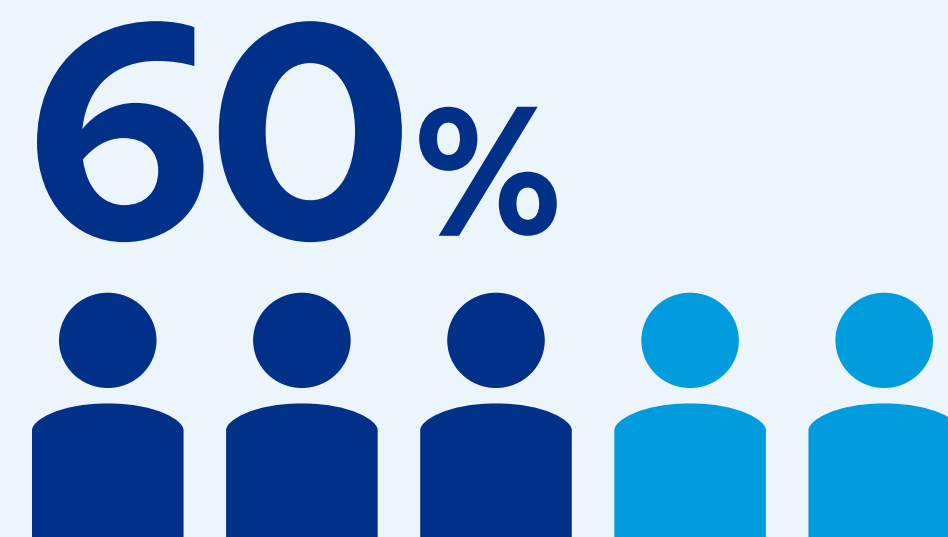
## LOS ANUNCIOS ESTÁN AGOBIANDO A LA GENTE

El consumidor promedio ve entre **6,000** y **10,000** anuncios al día.<sup>2</sup>



## UNA OPORTUNIDAD DE MEJORA PARA LOS NEGOCIOS

**Solo el 60%** de los dueños de negocios piensa que sus estrategias de marketing por correo electrónico son efectivas.<sup>3</sup>



## LOS CLIENTES QUIEREN ASEGURARSE ANTES DE COMPRAR

El **60%** de los clientes investigan los productos en un motor de búsqueda.<sup>4</sup>





# GENERA IMPACTO EN UN MAR DE MENSAJES

No es ningún secreto que los clientes no aprecian la avalancha de mensajes y anuncios de marca. El 42.7% de los usuarios de Internet a nivel mundial utiliza bloqueadores de anuncios, y el 22.3% de esos usuarios dice que se debe a "demasiados anuncios" o piensa que "los anuncios son molestos e irrelevantes".<sup>5</sup> Aunque esa opinión quizá sea válida, puede hacer que los clientes solo se den cuenta de marcas que están dispuestas a gastar mucho en colocación en medios premium.

Si bien puede parecer que la única solución es agregar dinero a tu presupuesto de publicidad, existen pasos claros y efectivos que también pueden ayudarte a optimizar tu estrategia actual sin gastar demasiado en marketing. Este informe describe consejos no solo para comercializar tu negocio en línea, sino también para alcanzar tu máximo potencial.

## 5 consejos para comercializar tu negocio en línea de forma eficaz :

1. Aplica el embudo de ventas a tu estrategia de marketing
2. Haz que te hallen fácilmente con la optimización para motores de búsqueda (SEO)
3. Llega a donde tus clientes pasan más tiempo
4. Atrae más clientes con mensajes más personalizados
5. Prepárate para una temporada festiva muy fructífera



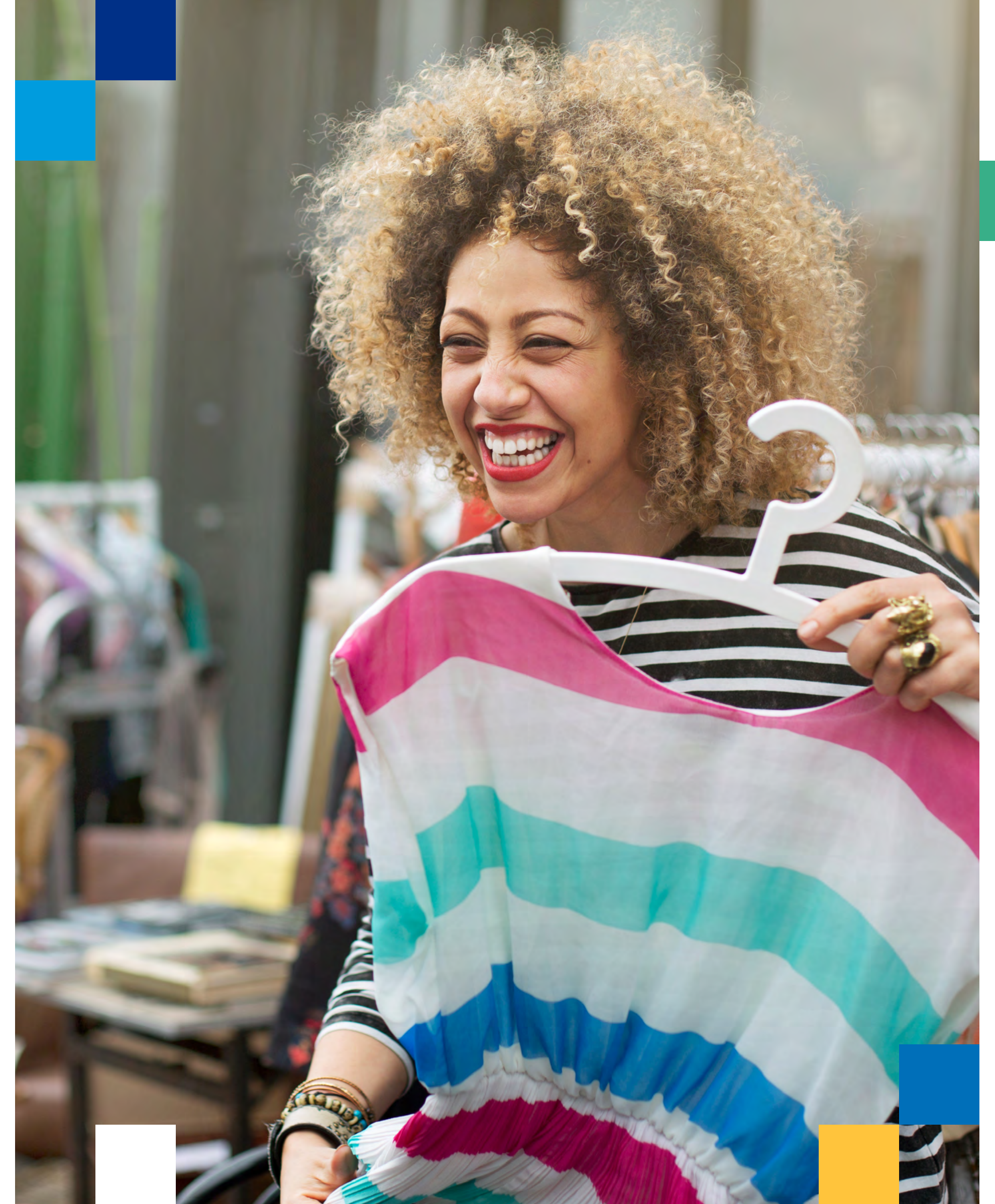


# 1

## APLICA EL EMBUDO DE VENTAS A TU ESTRATEGIA DE MARKETING

Los clientes actuales pueden parecer rápidos para comprar, pero en realidad hay muchas etapas en el camino hacia la compra. Antes de decidir, se toman el tiempo para evaluar una nueva marca, producto o servicio. Adaptar los mensajes de acuerdo a la fase en la que se encuentran en su experiencia de compra ayudará a atraer y mantener su atención durante cada etapa clave.

Conocer a tus clientes es un buen comienzo, pero comprender mejor el "por qué" detrás de cada compra puede ayudarte a desarrollar mensajes personalizados solo para ellos. La mentalidad del cliente puede parecer un blanco en movimiento, pero dividirla de forma detallada puede ayudarte a ver las cosas un poco más claramente. La experiencia del cliente, conocida como embudo de ventas, mapea su toma de decisiones en seis etapas: conocimiento, interés, consideración, intención, evaluación y decisión.





## APLICA EL EMBUDO DE VENTAS A TU ESTRATEGIA DE MARKETING

### Replántate lo que piensas sobre tu cliente

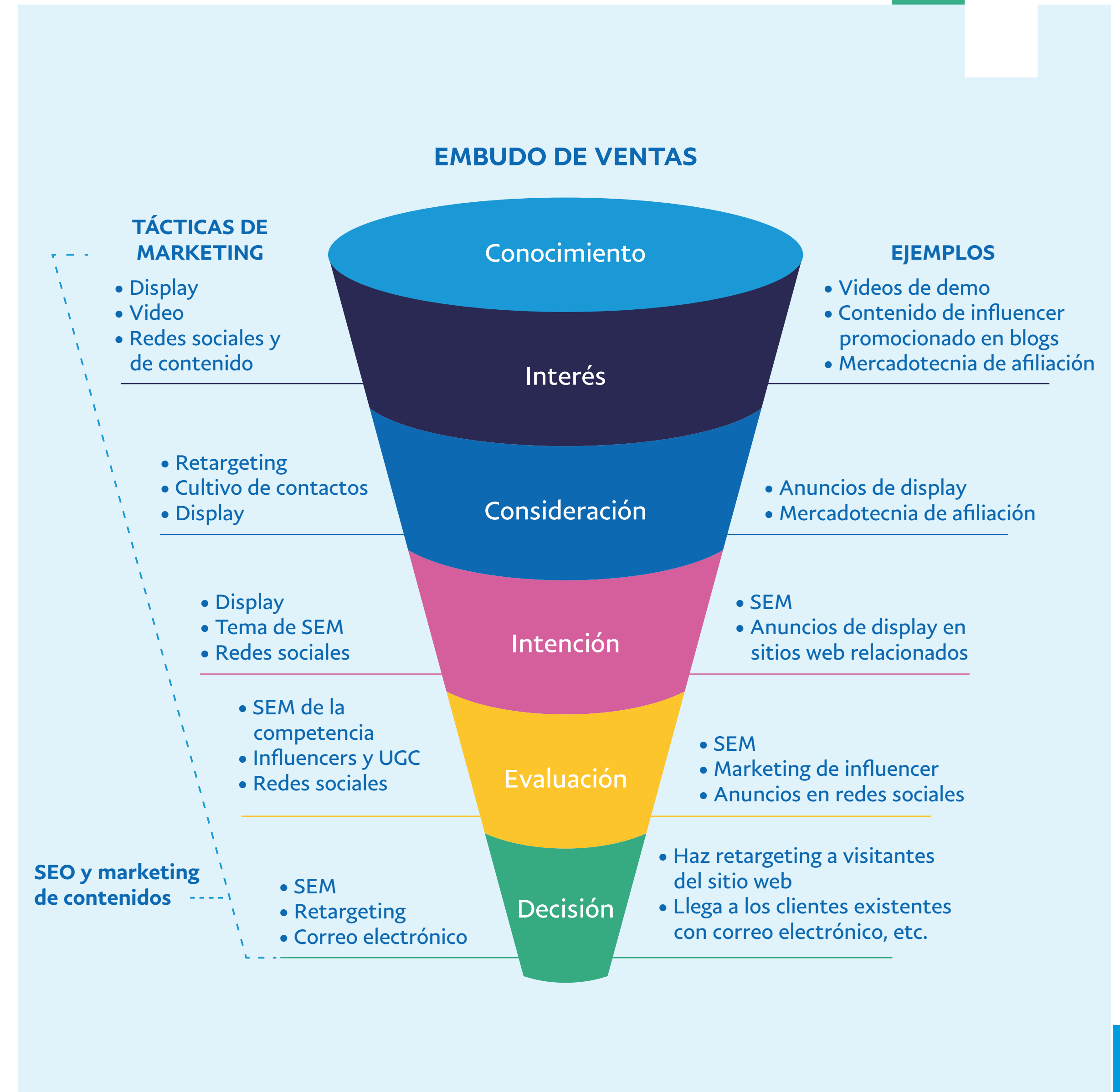
Tu buyer persona ideal te brinda un gran conocimiento básico, pero puedes profundizar más para comprender realmente a tus clientes. Piensa en ellos de forma más dinámica y analiza lo que hacen en cada etapa del proceso de compra. Comienza tomando nota de sus comentarios para comprender sus molestias y problemas únicos. Por ejemplo, dónde hacen clic en cada etapa de su viaje, en qué etapa tienden a irse y por qué. Comprender los factores que influyen en la forma en que toman su decisión de compra te ayudará a construir una base sólida para tu estrategia de marketing digital.

### Personaliza tus tácticas

Una vez que estés familiarizado con las necesidades de tus clientes en cada etapa, puedes comenzar a adaptar tu estrategia para facilitar la conversación y, en última instancia, impulsar las conversiones. Por ejemplo, a los clientes en la etapa de evaluación podrías enviarles reseñas positivas sobre un producto al que le han echado el ojo. Desde el contenido hasta los productos, los mensajes y más, todo lo que comuniqués debe tener como objetivo ser lo más personalizado posible.

### Identificar indicadores de éxito

Conforme comienzas con el replanteamiento de tu cliente en cada etapa del embudo, también puedes echar otro vistazo a la forma en que mides el éxito. De manera similar a lo que aprendiste a hacer con tus clientes, desglósalo con base en las seis etapas del embudo y determina cómo se vería el éxito en cada etapa. Por ejemplo, podría ser la cantidad de conversiones de correos electrónicos en la fase de decisión, o una reducción en el abandono de carritos durante la fase de evaluación.



## 2 HAZ QUE TE HALLEN FÁCILMENTE CON SEO

Los motores de búsqueda son una de las herramientas más poderosas de Internet, ya que generan casi el 30% del tráfico web mundial.<sup>6</sup> La optimización para motores de búsqueda (SEO) tiene el potencial de atraer tráfico de calidad a tu sitio y, si lo haces correctamente, garantiza un tráfico estable a largo plazo sin gastos recurrentes.

El 81% de los clientes investiga en línea antes de realizar una compra, así que tómate el tiempo para ayudarlos a encontrarte con SEO.<sup>7</sup> SEO es el proceso de optimización de tu sitio web en torno a palabras clave específicas, la estructura del sitio y las descripciones de imágenes, de modo que tu sitio pueda clasificarse más alto en las páginas de resultados de los motores de búsqueda, como Google.<sup>8</sup> Tiene el poder de dar a tus negocios aún más credibilidad, crear conciencia de marca a largo plazo, expandir tu público objetivo y, obviamente, impulsar las conversiones. Y a diferencia de las redes sociales o los anuncios pagados, el SEO puede lograrlo sin un esfuerzo ni gastos constantes de tu parte.

### Ponte en los zapatos de tus usuarios

Antes de que comiences a enfocarte en el SEO, debes ponerte en el lugar de tu público objetivo y comprender su intención de búsqueda. Piensa en cómo habla sobre los productos o servicios que ofreces, y averigua qué le gustaría saber. Puedes hacer esto echando un vistazo a sus reseñas en línea, foros o conversaciones en las redes sociales. Además, revisa qué opina de

tus competidores y cómo habla de la industria en conjunto. Ya que hayas hecho tu análisis, puedes presentarte exactamente como lo que está buscando.

### Pon atención al contenido de la página

Otro consejo para SEO es asegurarse de que el contenido de tu página utilice un lenguaje coloquial. Piensa en qué tipo de palabras usarían normalmente tus clientes al buscar productos o preguntas relacionadas con tu negocio. El contenido de la página incluye títulos de productos, descripciones, imágenes, blogs o cualquier otro contenido que puedas tener en tu sitio.

### Mantente actualizado sobre las últimas tendencias de búsqueda

Ya sea inteligencia artificial (IA), búsqueda por voz o el aumento del mCommerce, los cambios en la forma de interactuar en línea de los clientes afectarán las tendencias de SEO. Estar siempre a la vanguardia es una buena idea, y SEO no es la excepción. Asegúrate de que tu estrategia refleje las nuevas tendencias.



## Consejos clave para optimizar tu SEO:

### Palabras clave

Usa herramientas como Google Keyword Planner para llegar a los clientes que tienden a comprar con términos específicos o palabras clave de cola larga.

### Pruebas A/B

Prueba palabras clave y mensajes específicos para determinar cuáles funcionan mejor.

### Dispositivo

Los motores de búsqueda priorizan cada vez más los resultados de sitios web compatibles con dispositivos móviles, así que verifica que tu sitio también esté optimizado para estos aparatos.<sup>9</sup>

### Lenguaje

Incluye respuestas a preguntas "habladas" y usa lenguaje coloquial en tu estrategia de SEO, como "¿Dónde puedo comprar una camisa azul de seda?".

### Video

Incluye palabras clave en el título y las descripciones de tus videos para ayudar a elevar su perfil.

### Blog

Los motores de búsqueda favorecen los sitios web que se actualizan regularmente, por lo que incorporar contenido nuevo de blogs o reseñas garantiza mejores posibilidades de obtener una clasificación más alta en estos motores.



# 3 LLEGA A DONDE TUS CLIENTES PASAN MÁS TIEMPO

En el mercado competitivo actual, es imprescindible aprovechar todas las oportunidades para impulsar tu interacción digital, y las redes sociales resultan ser una de las formas más efectivas de hacerlo. Descubre cómo puedes aprovechar tu presencia social para crear conciencia de marca, atraer nuevos clientes y profundizar las relaciones con los clientes existentes.

Las redes sociales ahora tienen una base de 4,200 millones de usuarios activos, y el usuario regular registra un promedio de 2 horas y 25 minutos en los canales sociales todos los días.<sup>10</sup> También hay disponibles más plataformas que nunca. Para llegar a la audiencia adecuada para tu negocio, tienes que comenzar por centrar tus esfuerzos en la plataforma adecuada para tu negocio y construir relaciones mediante una presencia renovada, agradable y comprometida. Aunque se requiere tiempo y paciencia, las redes sociales son una de las herramientas más importantes en tu kit de marketing digital.

## Decide qué plataforma es la adecuada para ti

El primer paso para crear una estrategia social sólida es comprender la demografía de cada plataforma. Olvídate de los estereotipos de las redes sociales, porque estos datos demográficos no son tan sencillos como parecen. Por ejemplo, si te diriges a la Generación Z, resiste la tentación de apostar todo en TikTok, ya que los datos muestran que cerca de una cuarta

parte de los usuarios de Facebook tienen entre 18 y 24 años.<sup>10</sup> Y los baby boomers pueden no parecer del tipo de las redes sociales, pero los adultos mayores de 65 años conocen bien Facebook y Pinterest; de hecho, son la audiencia de más rápido crecimiento en Facebook.<sup>10</sup> Las preferencias de la plataforma varían según el mercado, así que asegúrate de considerar también los datos locales.

## Sé paciente al construir tu audiencia

Las redes sociales pueden ser una herramienta poderosa, pero como todos sabemos, los seguidores leales no aparecen de la noche a la mañana. Lo mejor que puedes hacer es concentrarte en tu presencia y audiencia en línea antes de comenzar a promocionar tus productos. La gente tiende a apoyarse en otras personas, no en los vendedores, así que juega con la personalidad única de tu marca con contenido nuevo y compartible. Cuando te enfocas en la conversación, las ventas tienden a darse naturalmente.





### **Fomenta el contenido generado por usuarios**

El contenido generado por el usuario (UGC, por sus siglas en inglés) brinda a tus clientes la oportunidad de interactuar con tu marca y compartir sus comentarios e imágenes relacionados con el producto. También permite las ventas, especialmente cuando los clientes entran en las etapas de interés y evaluación del recorrido del comprador. También puedes permitirles crear favoritos y listas de deseos compartibles en tu sitio, y motivarlos a compartir fotos y videos de ellos usando tus productos.

### **Usa información (gratuita) para mejorar tu estrategia social**

Las plataformas de redes sociales no solo te permiten interactuar con los clientes, sino que también brindan datos gratuitos y herramientas analíticas. Revisa quiénes interactúan con tu marca, dónde se encuentran, con qué tipo de contenido interactúan y cuándo es más probable que vean tu contenido. Esta información te ayudará a ajustar tu estrategia sobre la marcha para que puedas aprovechar al máximo el tiempo y el esfuerzo que dedicas a las redes sociales.

### **Piensa en el contenido patrocinado como tu último recurso**

Tu presencia social orgánica no solo te conecta con clientes actuales y futuros, sino que también sirve como prueba para tu estrategia patrocinada. Una vez que tengas una visión clara de lo que está ganando tracción de forma orgánica, toma esas publicaciones exitosas y asegúrate de que sean vistas por un público aún más amplio a través de la promoción pagada.

### **Saca el máximo provecho de PayPal.Me**

El comercio social se está acelerando en todo el mundo, por lo que ahora es el momento de comenzar a perfeccionar esas oportunidades de compra en las redes sociales.

PayPal.Me facilita que los clientes compren sin tener que visitar tu sitio. Recibe pagos sin complicaciones creando un enlace personalizado que puedes enviar a los clientes por correo electrónico, WhatsApp, redes sociales o cualquier otro servicio de mensajería. Además, la seguridad por la que se le conoce a PayPal dará aún más credibilidad a tu comercio social.

## **Beneficios de usar las redes sociales en tu estrategia digital de marketing:**

### **Crea conciencia de marca**

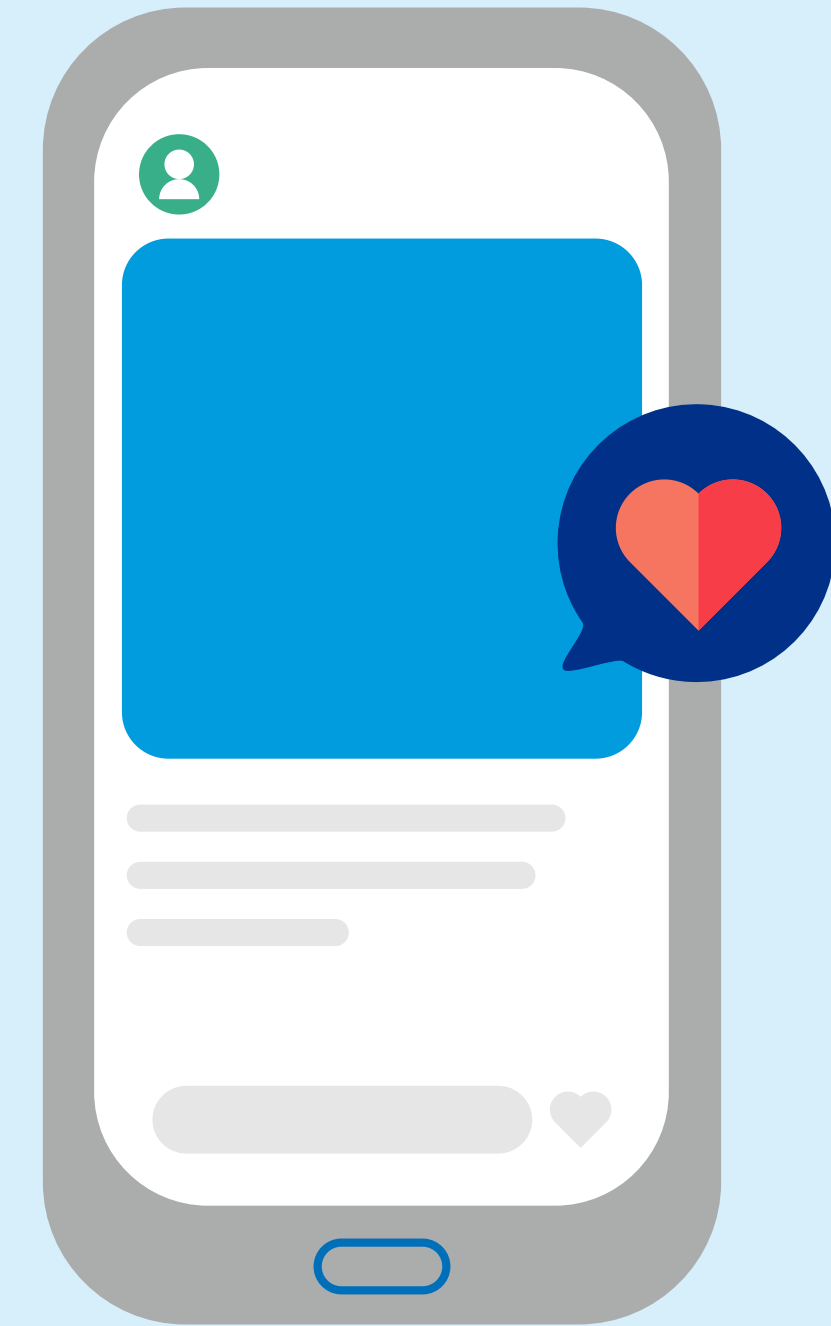
Desarrolla presencia con contenido nuevo que genere conversación y fomente el compromiso con los clientes.

### **Atrae nuevos clientes**

Encuentra tu público objetivo entre los 4,200 millones de usuarios activos de redes sociales de la actualidad.<sup>10</sup>

### **Profundiza las relaciones con los clientes**

Permite que los clientes interactúen con tu marca e incluso muéstralos en tu página usando el contenido que generan.





# 4 ATRAE MÁS CLIENTES CON MENSAJES MÁS PERSONALIZADOS

Los clientes cada vez están más agobiados por los anuncios, pero el contenido personalizado puede ayudarte a sobresalir entre tanto ruido y hacer que cada mensaje sea memorable y significativo.

Los clientes de hoy en día son expertos en mandarte a volar. Te darán unos tres segundos para que captes su atención, luego debes retenerla con información clara y concisa.<sup>11</sup> No es fácil lograr este equilibrio perfecto, pero estos consejos de personalización te ayudarán a comenzar con el pie derecho.

## La personalización comienza con la segmentación

Identificar a tu audiencia más importante te prepara para generar mensajes personalizados eficientes y efectivos. Una vez que hayas priorizado los tipos de audiencia, puedes comenzar a crear mensajes que sean relevantes para clientes potenciales.

## Aprovecha los datos de los clientes para ofrecer ofertas personalizadas

La información del cliente, tales como el historial de pedidos o el comportamiento en el sitio, pueden ayudar a determinar ofertas personalizadas exitosas. Por ejemplo, saber hacia qué productos se inclinan podría inspirarte a ofrecer ofertas en productos similares o relacionados. Y cuando usas PayPal.Me, puedes recibir pagos creando un enlace personalizado y

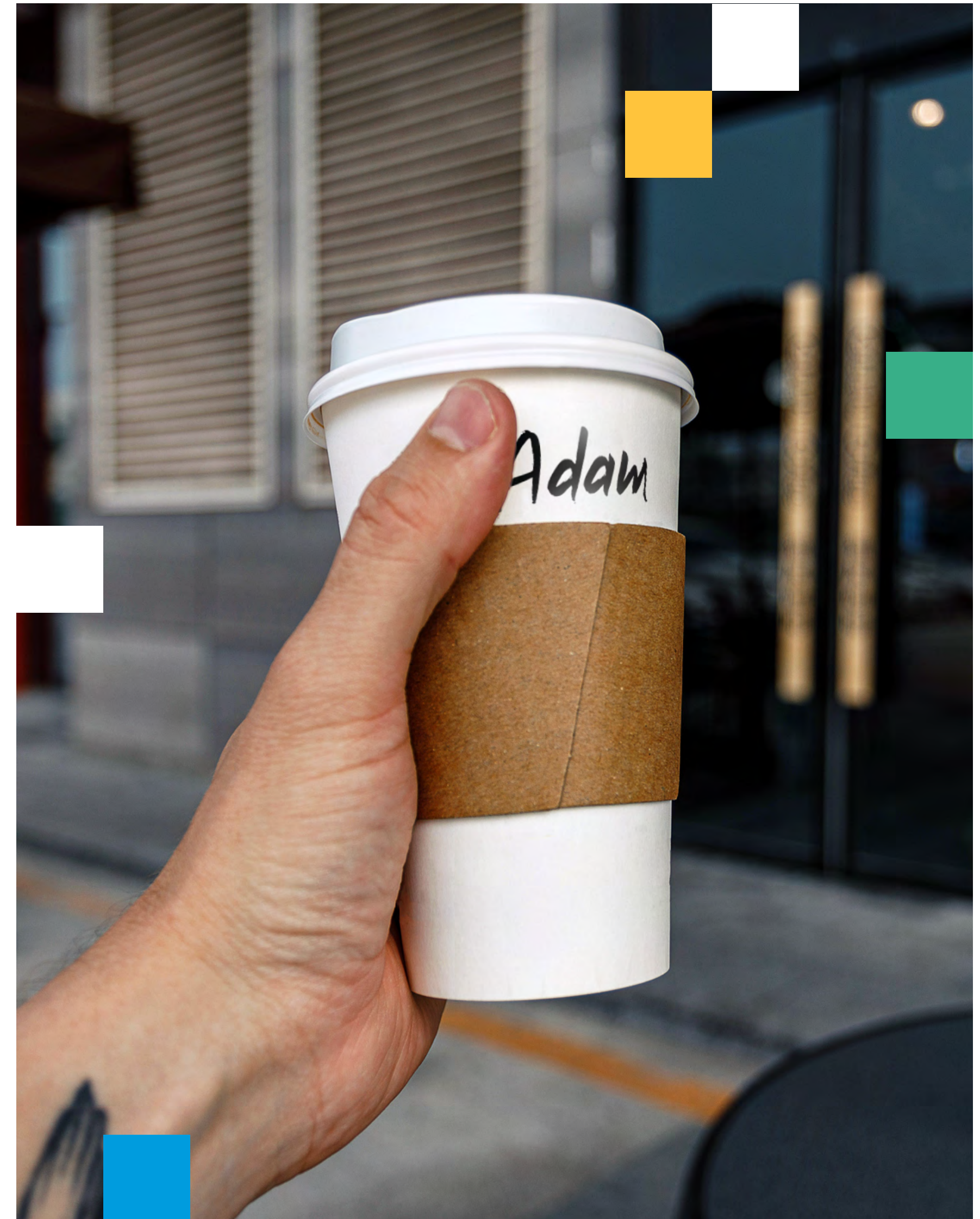
enviándolo directamente a los clientes por correo electrónico o cualquier servicio de mensajería.

## Reorientar a clientes que se fueron

Como se mencionó en un informe anterior de Digitalizar + Prosperar, hacer retargeting a los clientes que dejan sus compras a medias es una excelente forma de reavivar su interés y asegurar la venta. La mayoría de las plataformas sociales y de búsqueda, como Facebook y Google, ofrecen sus propios servicios de retargeting que cumplen con las leyes de privacidad locales.

## Personalización in situ

La personalización no solo lleva a los clientes a tu sitio; también se puede utilizar in situ para mejorar su experiencia de usuario. Permíteles crear listas de deseos, marcar sus artículos favoritos e incluso usar PayPal para personalizar su proceso de pago con opciones de pago locales. Los clientes tendrán una experiencia de pago flexible y segura que está equipada para satisfacer sus necesidades y preferencias.





# 5 PREPÁRATE PARA UNA TEMPORADA FESTIVA MUY FRUCTÍFERA

Conforme más clientes realizan sus compras en los días de fiesta en línea, no es de sorprender que la fase de planificación de esta temporada sea más importante que nunca. Aprovecha esta oportunidad para obtener nuevos clientes, aumentar el conocimiento de marca y, por supuesto, impulsar las ventas.<sup>12</sup>

Como ya sabes, la temporada festiva es la época más ocupada del año para la mayoría de los negocios en línea, por lo que nunca se está lo suficientemente preparado. Desde renovar tu página de inicio hasta crear la campaña de marketing navideña perfecta, aprovecha esta oportunidad para superar la temporada navideña pasada y hacer que tus ventas aumenten antes del año nuevo.

## Atrae a los clientes usando correo electrónico

El marketing por correo electrónico no es nada nuevo, pero con todas las promociones durante la temporada de compras en los días festivos, es una herramienta eficaz para atraer clientes. Una campaña de correo electrónico exitosa comunicará claramente por qué los clientes deberían elegirte a ti sobre la competencia. También puedes usar la personalización en tus correos electrónicos, diseños simples y un llamado a la acción claro para poder destacar entre la multitud.

## Lanza promociones de los días festivos en redes sociales

No olvides apoyar tu campaña de correo electrónico con promociones atractivas en canales sociales. Recuerda consultar las leyes y la normatividad antes de realizar promociones y campañas. Además, puedes simplificar las cosas compartiendo

cupones y ofertas, o puedes encontrar otras formas de interactuar, como ofrecer obsequios, concursos, contenido generado por los usuarios o promociones por tiempo limitado. Estas tácticas impulsan al cliente a la acción y no solo lo motivan a comprar, sino que también puedes incitarlo a compartir sus publicaciones con sus seguidores y ayudar a atraer nuevos visitantes a tu sitio.

## Facilita que los clientes puedan suscribirse a tu campaña de correo electrónico

Las campañas de correo electrónico son excelentes para convencer a los compradores durante los días festivos, pero primero debes asegurarte de que se registren para recibirlos. Atráelos a tu lista de suscripción con una oferta inicial como del 10% de descuento en su primera compra. Verifica las leyes y regulaciones de tu país antes de hacerlo. Una vez que ingresan, puedes comenzar a informarles sobre las ventas de la temporada festiva con anticipación. Incluye fecha y hora del inicio de la venta con una cuenta regresiva que ayudará a generar más expectativa, y no olvides incluir los términos y condiciones de las promociones de acuerdo con la ley aplicable.



## Mantente al tanto de las tendencias de compras de los días festivos

Aprovecha al máximo las principales temporadas de compras optimizando tus estrategias publicitarias en línea. Puedes usar Google Trends para ver búsquedas populares por regiones geográficas e identificar búsquedas emergentes que podrían beneficiar a tu negocio. Esta información podría ayudarte a decidir qué productos promocionar y cómo comercializarlos.



# HAZ QUE TE NOTEN CON MARKETING DIGITAL EFECTIVO

En un mundo digital sobresaturado, es esencial no solo comercializar tu negocio, sino comercializarlo correctamente. Desde seguir a los clientes en su recorrido de compra hasta crear tu presencia social como nunca antes, sigue los pasos indicados en este informe para abrirte camino y causar una impresión duradera. Con PayPal, puedes prepararte para el éxito con las herramientas y la presencia adecuadas para respaldar tu crecimiento. También aumentarás tu credibilidad al tener como socio a una de las dos marcas más confiables del mundo.<sup>13</sup>

**Comenzar ahora** →

