



Las claves del comercio por Internet

Cómo orientar la estrategia en Internet de la empresa, para gestionar con eficacia y rentabilizar el posicionamiento en buscadores, las campañas de publicidad, de usabilidad, el uso de las redes sociales...





economistas
Colegio de Valencia

El proyecto de Comercio Electrónico

1



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia



THE SOCIAL MEDIA LAB



Análisis del negocio/viabilidad

Antes de nada debes tener una idea clara del negocio que quieres montar en Internet. Si has hecho un plan de empresa mejor, si no lo has hecho, por lo menos esboza unos números a grandes rasgos de los gastos totales que te puede suponer este negocio y de las ventas que esperas conseguir.

Análisis de cliente

Tenemos que entender bien a nuestro cliente.

¿Cómo busca nuestra gama de productos? **Web / Redes sociales**

¿Qué palabras utiliza? **SEO**

¿Cuánto tráfico podré captar? **Competencia**

¿Cuáles son los atributos que más valora? **Cómo destacar**

Análisis de la competencia

Quiénes son nuestra competencia en buscadores y redes sociales.

En buscadores, ¿cómo de fácil o difícil será superarles?. **SEO vs SEM**

En redes sociales, ¿cómo de grande es su base social? **Fans, seguidores...**

¿Vamos a poder diferenciar significativamente en aquello que el usuario valora más? **Cómo destacar**





Análisis de viabilidad

En los gastos, no contemples únicamente el diseño de la tienda Online y el hosting ya que puedes caer en el error de pensar que la Tienda Online vende sola y se gestiona sola. Otros costes que has de tener en cuenta son los financieros ya que al trabajar con los bancos para cobrar por TPV o PayPal tendrás que meterlos en los costes del producto. **Medios de pago / Costes.**

Alcance

Definir si se tratará de un sitio puramente de comercio electrónico, de venta de producto o si a su vez añadiremos un blog, una comunidad... La creación de contenidos de calidad puede ser un potente medio para generar tráfico. Pero también puede ser caro y requiere ciertas habilidades.

Inventario/Proveedores/Logística

Desarrollo





Herramientas de Marketing

Venta cruzada/productos recomendados: La venta cruzada es efectiva ¿Cómo de fácil lo hace este software? ¿Posees control específico? ¿O lo hace de forma automática basado en las ventas?. Criticas de los usuarios: ¿Los usuarios pueden dejar sus críticas? ¿Son buenas o malas?

Cupones/descuentos: No te fijes sólo en si los tienen, sino que también debes fijarte en cómo funcionan. **Promociones**

Sistemas de pago y checkout

Sistemas de pago: ¿La compañía tiene una relación existente con un procesador de tarjetas de crédito? **Tipos de medios de pago.**

Checkout: ¿Cuántos pasos tiene? ¿Es intuitivo? ¿Se acomoda a los escenarios específicos que puedas necesitar?. **Caso Amazon: 1 clic y ya!**





Plan de Marketing

Una parte muy importante para dar a conocer la tienda mediante una serie de acciones de marketing online que nos ayuden a poner a nuestra tienda en el lugar que le corresponde, promocionarla, y así atraer clientes.

Debemos realizar acciones de:

Posicionamiento web → **SEO**

Publicidad en Internet → **SEM**

Redes sociales → **Social SEO**

Email marketing → **Comunicación y promoción**

Displays → **Retargeting**

Otros...





economistas
Colegio de Valencia



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia

La experiencia de **usuario**

2



THE SOCIAL MEDIA LAB



what is **user experience** design

the **experience**

the **User** **Context**

visual design

interaction design

information architecture

development

technology

content/media





C ontexto apropiado

Desde el momento que se atrae al consumidor a la tienda, se crean expectativas sobre lo que va a encontrar y ver.

Es importante que la comunicación esté alineada con el producto que se tiene disponible y que se esté comunicando en el contexto apropiado. Por ejemplo: publicidad de zapatos de tacón en ESPN. No significa que no haya mujeres que los usen y que visiten o vean ESPN, sino que simplemente no es el contexto apropiado para esto.

Asimismo, el lenguaje de la comunicación de marketing debe ser consistente con el que se utiliza en el sitio a donde se quiere atraer al consumidor para que compre. Puede que parezca un poco obvio, pero muchos negocios no ejecutan el enlace entre marketing y experiencia de usuario.

Shopify





Descripción del producto

La comunicación del producto es esencial para la decisión de compra en línea. No siempre el consumidor habrá visto el producto antes en vida real o conoce al 100% lo que está comprando. De hecho, siempre es mejor asumir que no conoce absolutamente nada del producto, de forma que se comunique de la mejor manera posible.

Si bien, existen muchas compras impulsivas basadas únicamente en el aspecto visual del producto, también hay muchas otras que buscan solucionar un problema o una necesidad. Es nuestro trabajo responder todas las preguntas que haría una persona si fuese a una tienda física pero sin la ayuda de un vendedor: ¿para qué sirve?, ¿qué problema soluciona?, ¿en qué escenarios lo puedo utilizar?, ¿para qué no sirve?, ¿de qué está hecho? y cualquier otra pregunta que pueda aplicar.

Shopify





Seguimiento por correo electrónico

La información y seguimiento de la compra es sumamente importante para que, en el momento justo después de la compra, el consumidor no se vea sin su dinero y sin el producto.

A diferencia de una tienda física en la que el cliente recibe el producto inmediatamente, en una tienda en línea existe un período en el que el comprador necesita alguna seguridad que compense el hecho que no tiene en su mano lo que acaba de comprar y el seguimiento por correo electrónico da esa seguridad: "Su pedido está siendo completado despachado" o "Su pedido ha sido enviado" son claves para mantener una relación a largo plazo con los consumidores.

Shopify





Cumplir con las entregas

Cumplir o no con los tiempos prometidos de entregas puede afianzar la confianza o romperla definitivamente con el comprador. Especialmente si es la primera compra.

Es básico que todos los procesos operativos estén bien definidos antes de lanzar el sitio al aire y asegurarse que tanto el proceso de despacho como el de entrega cumplan con los tiempos que se informan en el sitio. Éste es uno de los elementos más sensibles que componen la experiencia. Si bien es importante que la experiencia de compra en el sitio sea placentera, lo es aún más que de hecho funcione como se indica en él.

Shopify





Buen manejo de los reembolsos

Si bien no afectan la experiencia de compra de manera tan masiva como lo son las entregas, los reembolsos son un tema aún más sensible.

Estos se generan porque el cliente no recibió su pedido o porque lo devolvió. De cualquier manera, en este punto el comprador no tiene su dinero ni su mercancía y además, lo que pagó le genera intereses en su tarjeta de crédito (que de cualquier manera iba a tener que pagar, pero es la defensa cuando los clientes llaman a reclamar por él). Es indispensable tener los tiempos y la operación de reembolsos definidos para que no genere quejas por parte del cliente, demandas y finalmente, perjudicar a la marca por generar una mala experiencia. Nada más toma un par de incidentes para desencadenar un oleaje en redes sociales.

Shopify





Contar con un excelente call center

La cara de tu negocio ante el cliente. Es el elemento que responde ante cualquier duda o incidente y el único contacto humano que se produce con el comprador de ser necesario.

Desde el punto de vista del comprador, estas son las personas directamente responsables por cualquier problema que haya tenido o simplemente un punto de ayuda cuando no sabe qué hacer ante algún evento. Los operadores que estén atendiendo en el call center deben ser capaces de resolver lo que sea y responder cualquier pregunta.

Deben estar en conocimiento del 100% de los procesos de operación del sitio; tener las herramientas para consultas inmediatas; y más importante aún: atender a los clientes como si el negocio fuese de ellos, como si ellos fuesen responsables por su éxito (y es que lo son). Deben ser parte integral del equipo y nunca subestimados.

Shopify





Un sitio de ecommerce es más que el diseño visual..., es todo un sistema que se ejecuta por etapas en el que se va construyendo la experiencia y en el cual todos los detalles cuentan. Cada clic y cada interacción forman una imagen positiva o negativa en la mente del consumidor y lo cierto es que la gran mayoría de las variables que afectan una compra en línea están en control del negocio. Está en nosotros hacer que cada una de esas variables hagan de la experiencia de compra una que quieran repetir y recomendar.

Shopify





economistas
Colegio de Valencia

Diseño visual en **la web**

3



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia

Jerarquía Visual

Los elementos visuales sirven para enfatizar y el contenido ha de organizarse de manera lógica y predecible.

Contraste y colores

Dar con el balance apropiado para atraer con la vista y conseguir que el cliente realice su llamada a la acción..

Evitar las distracciones

Generar impacto visual

Predictibilidad

Legibilidad





economistas
Colegio de Valencia

Registro del **nombre** de dominio



THE SOCIAL MEDIA LAB



Diseño del logotipo





economistas
Colegio de Valencia

Coste del servicio de alojamiento web



THE SOCIAL MEDIA LAB



Darse de alta en medios de pago

PayPal Español ▾

Mi cuenta | Enviar pago | Solicitar pagos | **Servicios al comerciante** | Productos y servicios

Herramientas del comercio PayPal

PayPal es una solución de pago que lo incluye todo. PayPal le permite aceptar tarjetas de crédito, débito y saldos de cuentas PayPal.

Tres soluciones. Una de ellas perfecta para su empresa.

Las soluciones para empresas de PayPal son la forma más segura, barata y sencilla de recibir pagos en su sitio Web y mediante correo electrónico.

Accepte las principales formas de pago. Obtenga funciones comparables a las de las cuentas de comercio y portales a menor costo. Acepte tarjetas de crédito, transferencias bancarias, tarjetas de débito y muchas otras opciones.

Tres potentes soluciones para cubrir sus necesidades empresariales.

Pagos en sitio web de PayPal

Los clientes realizan sus compras en su sitio Web y pagan en PayPal. Esta es una manera fácil y rápida de empezar a aceptar tarjetas de crédito o débito en línea. Una integración sencilla en su carrito de compras permite a sus clientes pagar de forma segura y fácil.

Funciones clave

- [Cambio de compras de PayPal](#)
- [Botones Comprar ahora](#)
- [Otros cambios destacados](#)





Adaptar el diseño visual a la plataforma de **e-commerce**





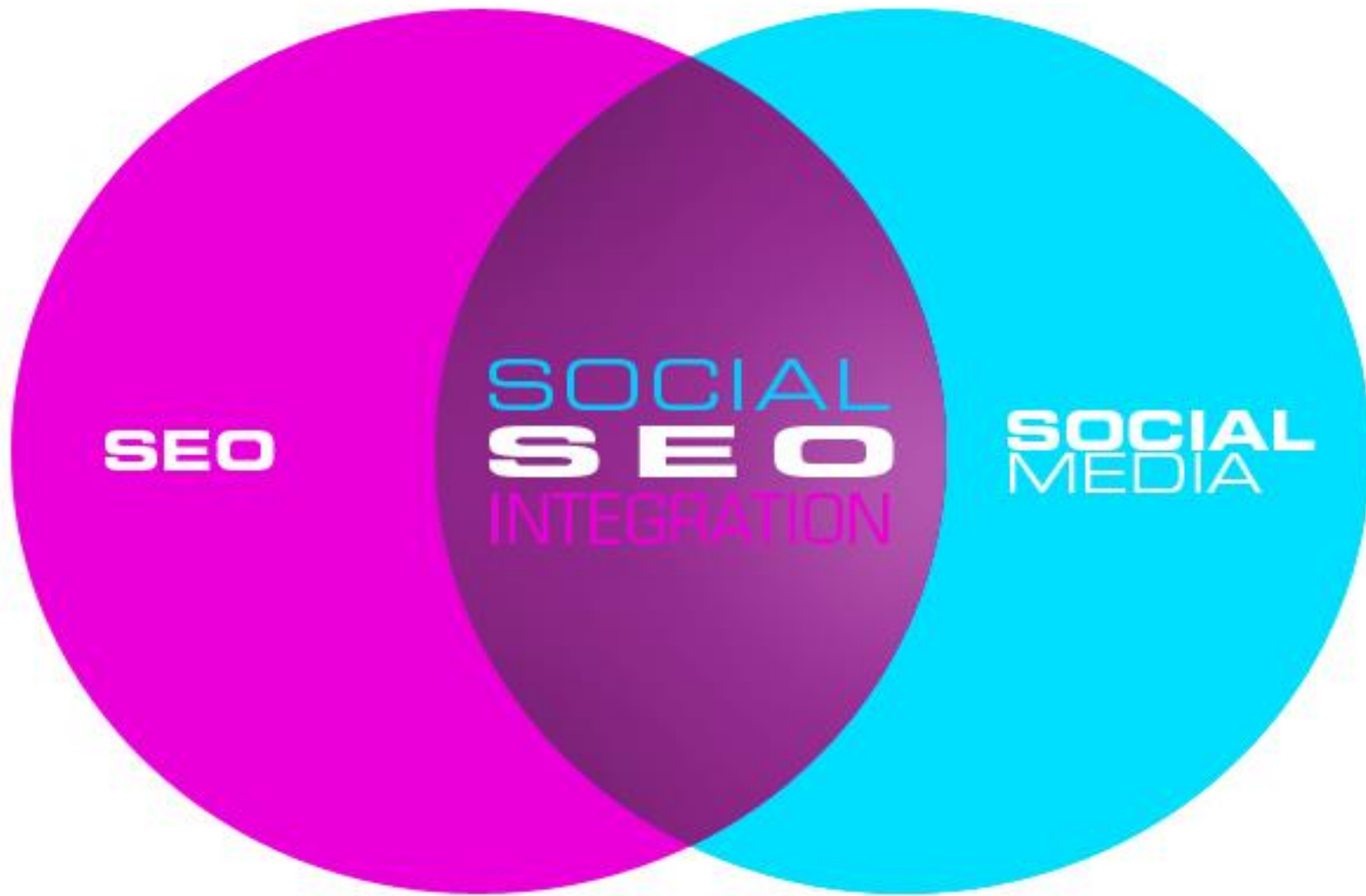
economistas
Colegio de Valencia

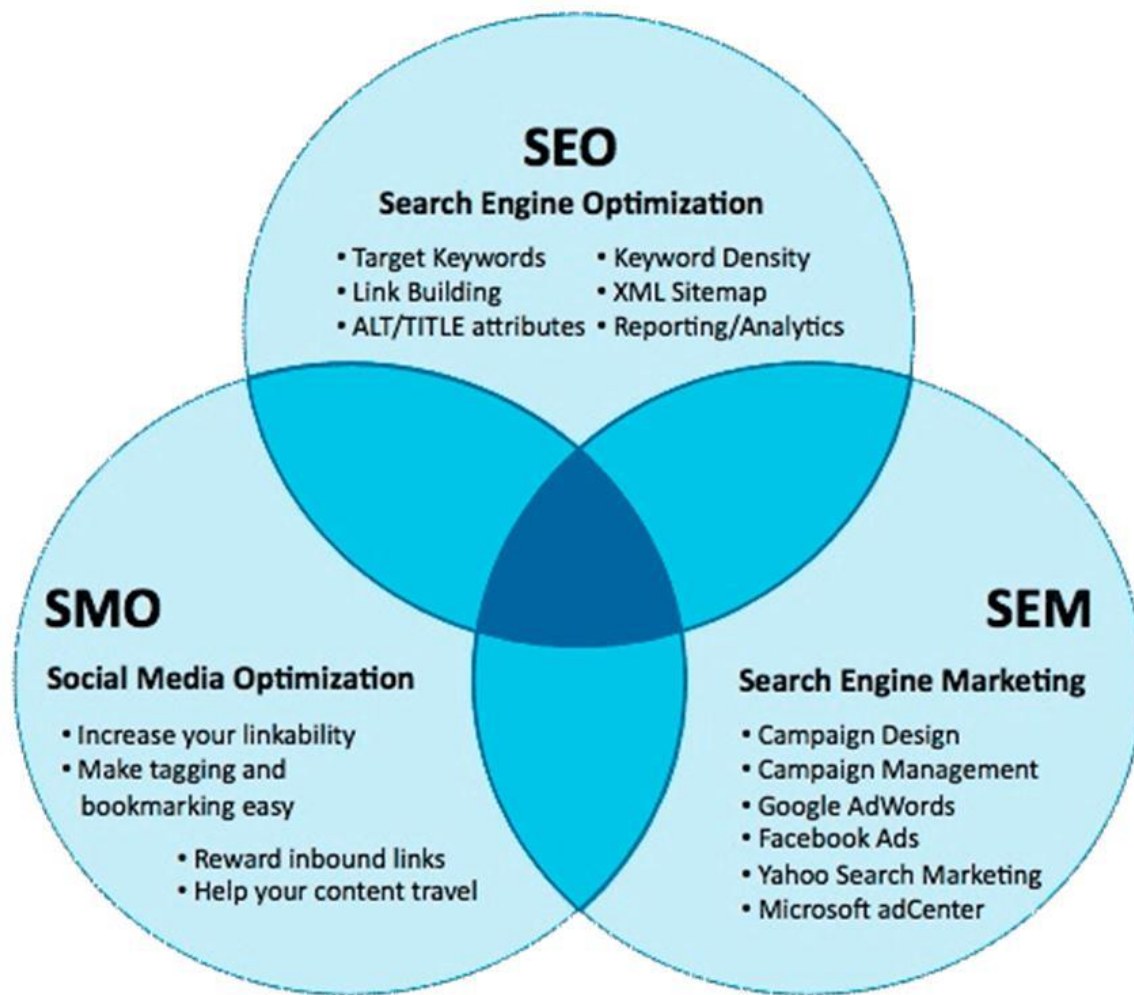
SEO: Posicionamiento en **buscadores**

4



THE SOCIAL MEDIA LAB







FACTORES DE LOS QUE DEPENDE EL SEO

CONTENIDO + USER EXPERIENCE + FACTORES TÉCNICOS + BACKLINKS + REDES SOCIALES





economistas
Colegio de Valencia

Cuál es el **SEO** que más utilizamos



THE SOCIAL MEDIA LAB



Turismo en Cuenca. Web Oficial de la Oficina Municipal de Turismo ...

turismo.cuenca.es/ ▼

Turismo Cuenca es la web oficial del Ayuntamiento de Cuenca con toda la información sobre turismo, alojamientos, hoteles, actividades, gastronomía, planos, ...

Conocer Cuenca - Turismo en Cuenca. Web Oficial de la Oficina ...

turismo.cuenca.es/portal/lang__es/tabid__9376/default.aspx ▼

Conocer la ciudad de **Cuenca**. La ciudad de **Cuenca** es uno de los principales conjuntos monumentales de España, con una gran proyección internacional que ...

Rutas por la provincia - Turismo en Cuenca. Web Oficial de la Oficina ...

turismo.cuenca.es/portal/lang__es/tabid__9371/default.aspx ▼

Ruta 3, Castillo de Garcimuñoz- Santa María del Campo Rus - La Alberca de Záncara - San Clemente - Sisante - Alarcón ...

Fundación Turismo de Cuenca

www.turismocuenca.com/ ▼ Traducir esta página

Turismo en Cuenca en la Provincia Cuenca: Visitar Cuenca | spain ...

www.spain.info/es/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/cuenca.html ▼

spain.info España: Información **turística** sobre **Cuenca** en **Cuenca**. Qué ver en **Cuenca**: Sitios de interés en **Cuenca**, mapa de **Cuenca**, monumentos en **Cuenca**, ...

Cuenca - Turismo Castilla-La Mancha

www.turismocastillalamancha.es/cuenca/ ▼

ESPACU, Español en **Cuenca** Universidad de Castilla La Mancha ... Información **Turística**. Folletos Digitales · Oficinas de **Turismo** de Castilla-La Mancha.



Cuenca

Viaje

Cuenca es un municipio español perteneciente a la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha y una ciudad, capital de la provincia homónima. [Wikipedia](#)

Tiempo: 10 °C, viento O a 10 km/h, 98 % de humedad

Hora local: sábado, 19:12

Lugares de interés



Casas Colgadas



Huécar



Catedral de Santa María y S...

Danos tu opinión



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia

Turismo Cuenca - Guía con Información Turismo en Cuenca

turismocuenca.net/ ▼

Web **Turismo Cuenca** la información turística en Cuenca guía para visitar la ciudad encantada Cuenca turismo España y todo lo que ver en Cuenca Turismo.

Descubre Cuenca. Portal de Turismo de la provincia de Cuenca

www.descubre.cuenca.com/ ▼

Enclaves de interés, maravillosos pueblos, paisajes pintorescos, y organiza tus rutas por la provincia.
Una iniciativa de la Diputación Provincial de **Cuenca**.



THE SOCIAL MEDIA LAB



Marketing Directo School

marketingdirectoschool.com/ ▼

Con nuestros webinars en directo podrás realizar preguntas a los profesores e ... beneficiarte de descuentos los próximos eventos de MarketingDirecto.com.

Profesores – Md School

Md School > Profesores ... y colabora con la Inesdi Digital ...

Webinars

Todos los Webinars. Gratis. plan_marketing. ¡Pon en ...

MarketingDirectoSchool.com

¡Pon en marcha tu negocio!: los 6 pasos básicos de un plan de ...

[Más resultados de marketingdirectoschool.com »](#)

Contacto – Md School

Contacto. Md School > Contacto. INFORMACIÓN DE ...

Nosotros – Md School

Md School > Nosotros ... Con MarketingDirecto School ...

Marketing Online

Marketing Online. Gratis ... tu campaña de marketing en ...





economistas
Colegio de Valencia

Cómo funciona el **SEO** en una web



THE SOCIAL MEDIA LAB





ON PAGE SEO

- ✓ PAGE TITLE
- ✓ KEYWORDS
- ✓ CONTENT
- ✓ TITLE TAGS
- ✓ META-TAGS





economistas
Colegio de Valencia

Hacer **SEO** para las imágenes



THE SOCIAL MEDIA LAB



DETALLES DE ADJUNTOS



Cómo-optimizar-la-presencia-de-mi-negocio-en-las-redes-sociales.jpg

28 septiembre, 2016

156 KB

600 × 391

[Editar imagen](#)

[Borrar permanentemente](#)

URL

Título

Leyenda

Texto alternativo

Descripción





DETALLES DE ADJUNTOS



Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales.jpg

28 septiembre, 2016

156 KB

600 × 391

[Editar imagen](#)

[Borrar permanentemente](#)

URL

Título

Leyenda

Texto alternativo

Descripción





DETALLES DE ADJUNTOS



Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales.jpg

28 septiembre, 2016

156 KB

600 × 391

[Editar imagen](#)

[Borrar permanentemente](#)

URL

Título

Leyenda

Texto alternativo

Descripción





DETALLES DE ADJUNTOS



Cómo-optimizar-la-presencia-de-mi-negocio-en-las-redes-sociales.jpg

28 septiembre, 2016

156 KB

600 × 391

[Editar imagen](#)

[Borrar permanentemente](#)

URL

Título

Leyenda

Texto alternativo

Descripción





DETALLES DE ADJUNTOS



Cómo-optimizar-la-presencia-de-mi-negocio-en-las-redes-sociales.jpg

28 septiembre, 2016

156 KB

600 × 391

[Editar imagen](#)

[Borrar permanentemente](#)

URL

Título

Leyenda

Texto alternativo

Descripción





economistas
Colegio de Valencia

como optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales



Todo

Videos

Noticias

Imágenes

Maps

Más ▾

Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 396.000 resultados (0,68 segundos)

Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales

www.antoniovchanal.com/optimizar-seo-negocio-redes-sociales/ ▾

28 sept. 2016 - Es importante ser consciente del poder que tienen las redes sociales para posicionar mi negocio en función del público que nos sigue en cada ...

Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales ...

ceeivalencia.emprenemjunts.es/?op=8&n=12868 ▾

28 sept. 2016 - Es importante ser consciente del poder que tienen las redes sociales para posicionar nuestro negocio en función del público que nos sigue en ...

10 claves para mejorar tu presencia en redes sociales - IgnacioSantiago

ignaciosantiago.com ▸ Blog ▾

como mejorar presencia redes sociales optimizacion perfiles sociales y de esa forma obtener muchos seguidores que deseen relacionarse con tu negocio.

Cómo definir mi presencia en Redes Sociales | Launchmetrics

<https://www.launchmetrics.com/es/recursos/blog/presencia-redes-sociales-empresa> ▾

5 ago. 2013 - Aprende a definir la presencia de tu empresa en las redes sociales en ... Lo primero que debemos hacer, sea nuestro negocio B2B o B2C, es ...

Cómo optimizar la presencia de tu empresa en las redes sociales?

arrobisima.com/como-optimizar-la-presencia-de-tu-empresa-en-las-redes-sociales/ ▾

Ahora, ¿Cómo eliges la mejor estrategia de redes sociales para tu negocio? Para algunas empresas, su principal objetivo puede ser llegar a cierto número de ...

#SEO Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes ...



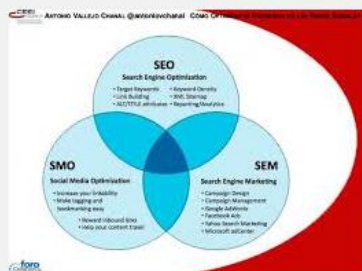
<https://plus.google.com/113580639776071283856/posts/biSGERYEQgU> ▾

Antonio Vallejo Chanal

28 sept. 2016 - #SEO Cómo optimizar la presencia de mi negocio en las redes sociales: #SocialSEO: Es importante ser consciente del poder que tienen las redes sociales para ...



THE SOCIAL MEDIA LAB



Muy a tener en cuenta...

Existen herramientas que permiten personalizar la información que de nuestra empresa o proyecto mostrarán los buscadores y, que ayudarán al usuario a tomar una decisión temprana para visitar nuestra web.

Y otras que ayudarán a aumentar la presencia de los contenidos que publiquemos en Twitter. ¿Quieres descubrir cómo conseguirlo?



Los clientes y prescriptores utilizan internet para buscar información sobre sus necesidades, y las redes sociales para compartir sus experiencias.

Las empresas necesitan hacerse visibles en Internet. Han de ser capaces de poder controlar la información que se comunica sobre sus productos y servicios, tanto en los buscadores como en determinadas redes sociales.





economistas
Colegio de Valencia

SEM: Publicidad en **buscadores**

5



THE SOCIAL MEDIA LAB



Google

Búsqueda Aproximadamente 18.600.000 resultados (0,16 segundos)

Todo

Imágenes

Maps

Videos

Noticias

Shopping

Blogs

Foros de debate

Más

Alicante

Cambiar ubicación

La Web

Páginas en español

Páginas de España

Páginas extranjeras traducidas

Cualquier fecha

Última hora

Últimas 24 horas

Últimos 2 días

Última semana

Último mes

Último año

Intervalo personalizado...

Todos los resultados

Empresa certificada por Google | Posicionamiento en Buscadores ...
www.mejorpuesto.es/
 Posicionamiento en buscadores, campañas de Adwords, empresa certificada por

Posicionar Web | SEOSEM
www.seosem.es/Primeros/puestos
Posicionamiento Web para Empresas. Resultados. Satisfacción

Posicionamiento Web | Serviweb.es
www.serviweb.es/PosicionamientoWeb
 Buscas **Posicionamiento Web**? Garantía de Resultados. Consúltenos

POSICIONAMIENTO WEB - Posicionamiento en buscadores
www.serviweb.es/
Posicionamiento Web en buscadores - ¿Quieres que te encuentren en Google? ★ ★ Sabemos hacer que tu web sea + Rentable y tenga + Visitas.
 Contactar - Trabajos Realizados - Posicionamiento Web - La Empresa

POSICIONAMIENTO WEB | POSICIONAMIENTO WEB
www.posicionamientoweb.com/
Posicionamiento Web. Diseño y Redacción de Contenido, Optimización web, Consultoría web y Redes Sociales. Todo para mejorar tu **posicionamiento Web.**
 Presupuestos - Métricas SEM rentabiliza tu negocio. Consultoría Web

Posicionamiento en buscadores - Wikipedia, la enciclopedia libre
es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento_en_buscadores
 El **posicionamiento en buscadores**, **posicionamiento web** u Optimizador de motores de búsqueda (SEO por sus siglas en inglés, de Search Engine Optimizer) ...

⇒ **Posicionamiento web en Google - SEO ⇒ Posicionamiento web ...**
www.ealtamira.com/
 Quieres salir primero en Google? ▲ Somos expertos en **posicionamiento web** en Google, BING y Yahoo. ▲ Campañas de publicidad en internet.

Posicionamiento Web en Google
www.posicionamiento-web.org/
Posicionamiento Web en Google y tutoriales sobre como mejorar el **posicionamiento**

SEM

SEO





Aplicar una **estrategia**

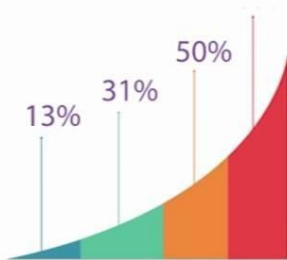




Cuando se paga a los buscadores

Es lo más rápido. Se obtienen resultados inmediatos mediante la gestión de anuncios que aparecen de manera segmentada, buscando al público al que queremos llegar mediante la definición de las palabras clave que utilizan en sus búsquedas.

¿QUIERES LLEGAR A MÁS PERSONAS DE FORMA FÁCIL Y SEGURA?





Enlaces patrocinados

Son rápidos y eficaces pero nos cuentan dinero. Cada vez que alguien pinche en alguno de los enlaces tendremos que pagar dinero fijado en una subasta, en una puja por el puesto en el que hayamos querido salir.

La Web [Imágenes](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Video](#) [Gmail](#) [Más](#) [Acceder](#)

Google [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 343,000 de alarmas para casa (0.31 segundos)

Alarmas Desde 99 € [Enlaces patrocinados](#) [Enlaces patrocinados](#)
Proteger A Tu Familia No Tiene Precio Pero Ahora 200€ Mas Baratas

Alarmas Direct Alarmas [Enlaces patrocinados](#)
Alarma Securitas Direct Ahorre 200€ Securitas N°1 En Alarmas, Info Aqui

Oferta Alarmas Prosegur [Enlaces patrocinados](#)
PROSEGUR. Proteja su hogar con el líder en alarmas. Oferta Online

Alarmas para casas y Hogar de exterior ¿Cuál es la mejor?
¿Quieres la mayor seguridad es la instalación de un sistema de alarma para tu hogar o casa o un alarma...

Sistema alarma casa: sistemas de alarmas para casa
Sistema de alarma para casas ¿cuanto cuestan? ¿que clases de sistemas de alarma existen? Alarmas conectadas a central y alarmas no conectadas.

Alarma inalámbrica Seguridad Para Casa / Negocio Ep2900. \$ 139000 12 pagos de \$ 14455
Alarma Para Casa Negocio Instalación Mensuales...

Alarma inalámbrica Seguridad Para Casa / Negocio Ep2900. \$ 139000 12 pagos de \$ 14455
Alarma Para Casa Negocio Instalación Mensuales...

Sistemas de alarma Powemax Pro
El kit de alarma Powemax Pro Detalla el contenido completo y seguro de los sistemas de alarma para casas y chalets. Además de la consola y los elementos de...

Tipos de alarma antirobo para casa chalet o piso
Tipos de alarma antirobo para casa chalet o piso.

ALARMAS INALAMBRICAS CON DISCADOR TELEFONICO INCORPORADO Y CHIP...
... SIN PAGO DE MENSUALIDADES, PARA CASAS, EMPRESAS Y OFICINAS... sirena inteligente, baterías recargables para alarma, chip celular Entel PCS prepago con...

ALARMAS EN ARGENTINA
Alarmas Telesig... sistemas electrónicos de sistemas de alarmas para casas y autos. Diferente especialista en seguridad electrónica que...





Posicionamiento en buscadores: Claves del éxito

- Detectar las palabras clave que usan los usuarios para buscar lo que ofrecemos.
- Eliminar las palabras clave negativas.
- Crear grupos de anuncios según la tipología o el objetivo.
- Crear anuncios diferentes para cada palabra clave y objetivo.
- Afinar según los resultados objetivos para establecer frecuencias de publicación mejoradas.





economistas
Colegio de Valencia

Redes sociales y reputación online

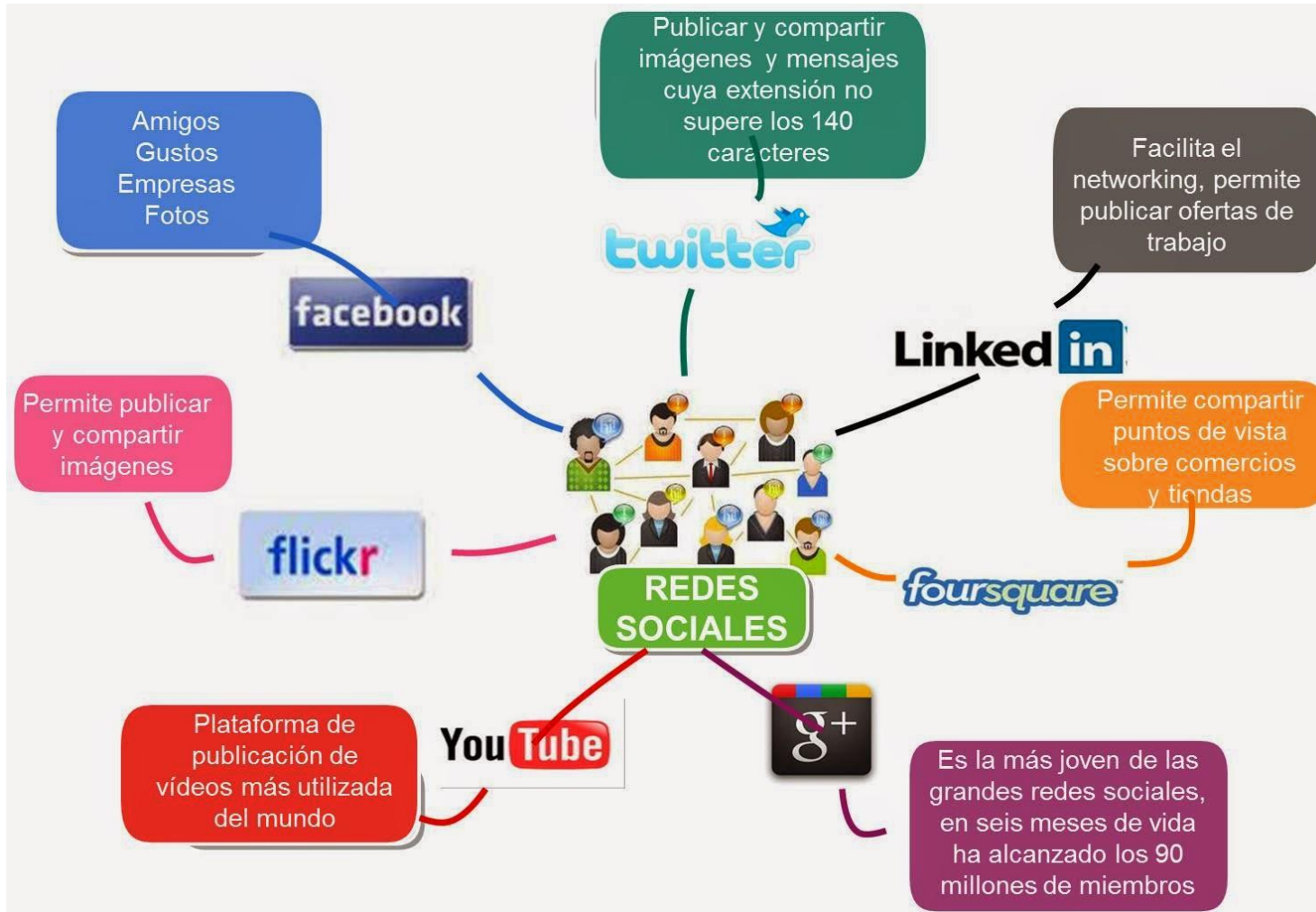
6



THE SOCIAL MEDIA LAB



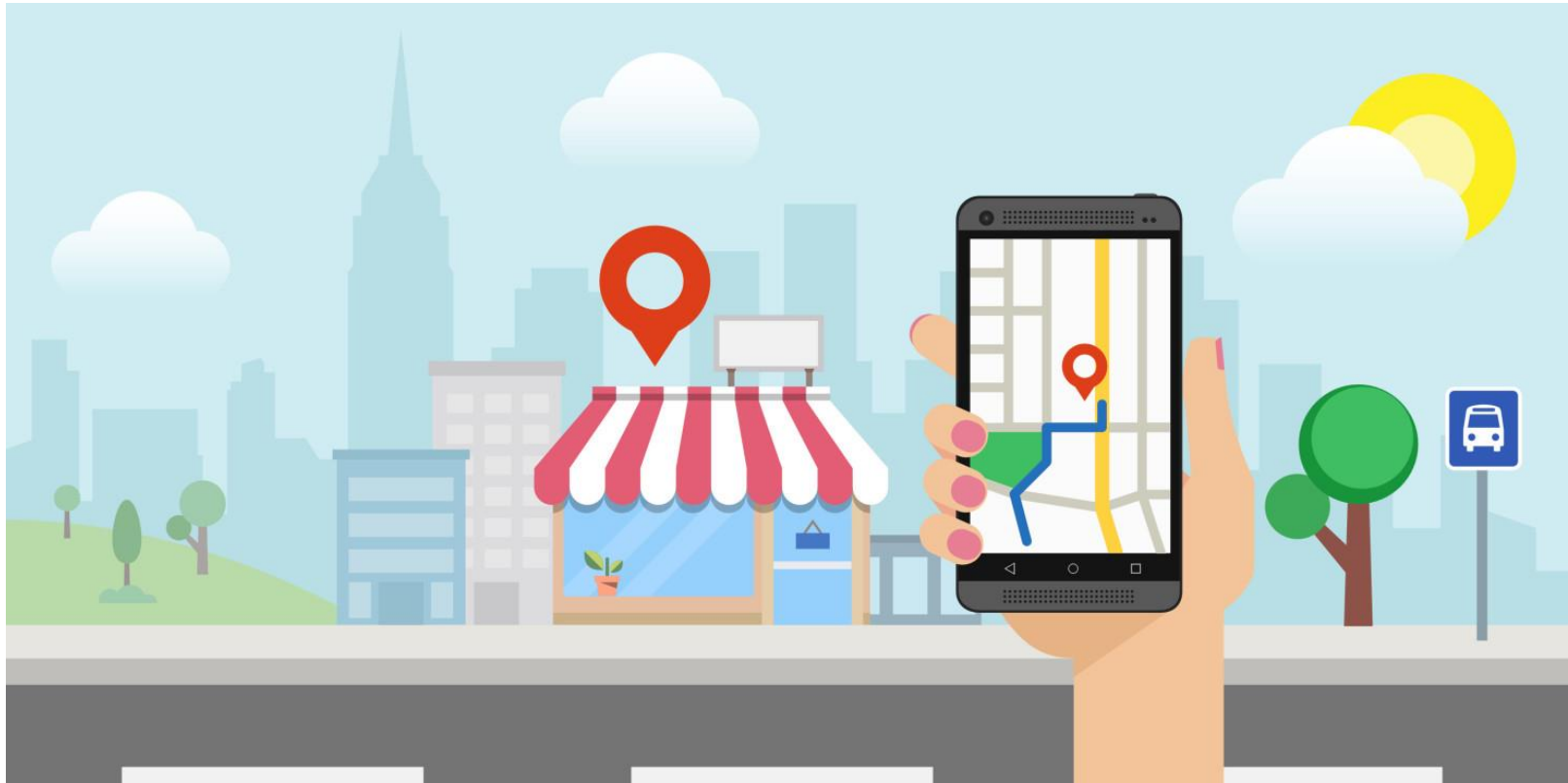
Pensar en el **usuario** y dónde está





economistas
Colegio de Valencia

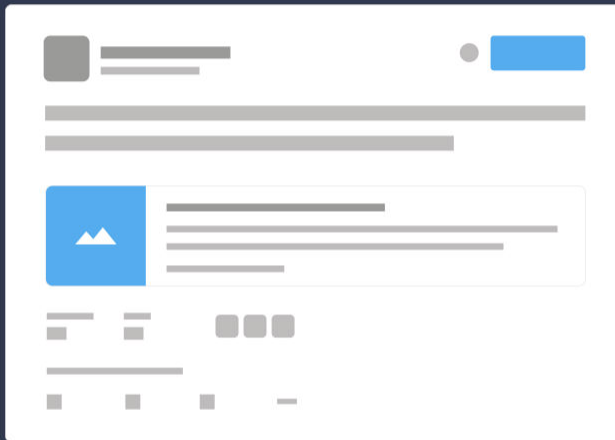
Facilitar la universalidad y la **geolocalización**



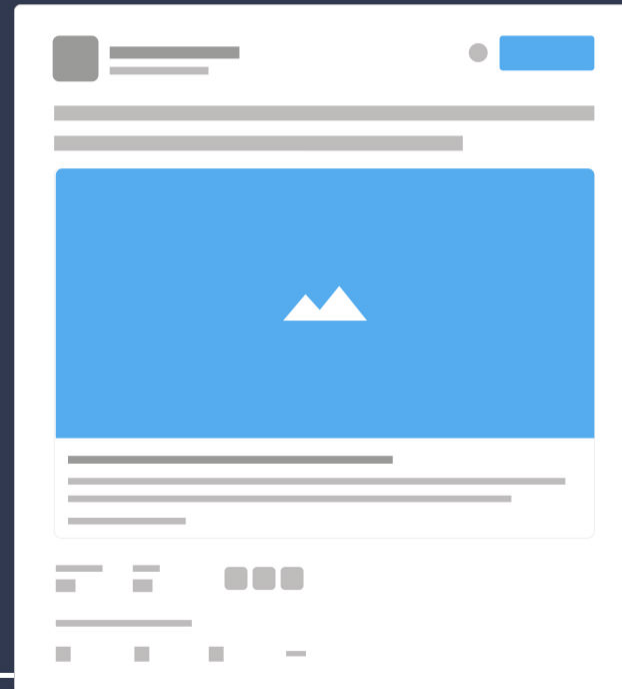
THE SOCIAL MEDIA LAB



Two Types of Twitter Cards for websites



Summary



Summary with Large Image






Brendan Donohoe @bdonohoe

1h

This is interesting... t.co/uETCnMDdo8

[Hide Summary](#) [Reply](#) [Retweet](#) [Favorite](#) [More](#)

 **The New York Times**

Parade of Stars and Fans for Houston's Funeral

By Sarah Maslin Nir @SarahMaslinNir

The guest list and the parade of limousines with celebrities emerging from them seemed more suited to a red carpet event in Hollywood or New York than to a gritty stretch of Sussex...



[View on NYTimes.com](http://www.nytimes.com)

125
RETWEETS

22
FAVORITES



5:07 PM - 15 Nov 12 · [Details](#)

[Flag media](#)





Web

Brendan Donohoe @bdonohoe 1h
This is interesting... nyti.ms/xfKkX
Hide Summary Reply Retweet Favorite More

The New York Times




Parade of Stars and Fans for Houston's Funeral
By Sarah Maslin Nir @SarahMaslinNir
The guest list and the parade of limousines with celebrities emerging from them seemed a little Hollywood or New York than to a gritty stretch of Sussex...

[View on NYTimes.com](http://www.nytimes.com)

125 RETWEETS 22 FAVORITES 


5:07 PM - 15 Nov 12 · Details [Flag media](#)

Mobile

Brendan Donohoe @bdonohoe 

This is interesting...
nyti.ms/xfKkX
11/15/12 5:07 PM


The New York Times



Parade of Stars and Fans for Houston's Funeral
By Sarah Maslin Nir @SarahMaslinNir
The guest list and the parade of limousines with celebrities emerging from them seemed more suited to a red carpet event in Hollywood or New York than to a gritty stretch of Sussex...

[View on NYTimes.com](http://www.nytimes.com)

125 RETWEETS 22 FAVORITES







economistas
Colegio de Valencia



Huffington Post 
@HuffingtonPost



 Follow

Here's your guide to catching up on your favorite TV shows before fall hits
huff.to/1tPqbrq

 Reply  Retweet  Favorite  Pocket  Buffer  More



HuffPostEnt



Here's How You Can Catch Up On Your Favorite Shows Before Fall Hits

By Leigh Weingus @leighweingus

It's time to face the facts. It's the end of August, meaning colder days are right around the corner. But on the the plus side, so is fall TV! Unfortunately, attempting to savor the final weeks of...

[View on web](#)



THE SOCIAL MEDIA LAB



The Barista Bar @baristabar
Love coffee culture? Love saving \$? Join our Coffee Club - we'll send you deals on our best drinks and treats!
[cards.twitter.com/xyz/123...](#)

Promoted by The Barista Bar

Join the coffee club for daily deals
Accept this offer by sharing your email address with Barista Bar:



Bryan Sise
@bryansise
bs /// @gm /// l.com

[Join the club!](#) [View advertiser privacy policy](#)

Customizable call to action






The Barista Bar 
@baristabar 


Love coffee culture? Love saving \$? Join our Coffee Club - we'll send you deals on our best drinks and treats!

Join the Coffee Club for daily deals



[Join The Club!](#)

Share your name and email address with The Barista Bar:

 Kevin
ke*****@gm*****.com

[View advertiser privacy policy](#)

10/7/13, 3:58 AM

4 RETWEETS 5 FAVORITES





economistas
Colegio de Valencia

The Barista Bar 
@baristabar 

Download our app to order your coffee in advance!

 The Barista Bar



Great Coffee App 
★★★★★ 50 ratings

6/24/14, 6:21 PM

2 RETWEETS 1 FAVORITE

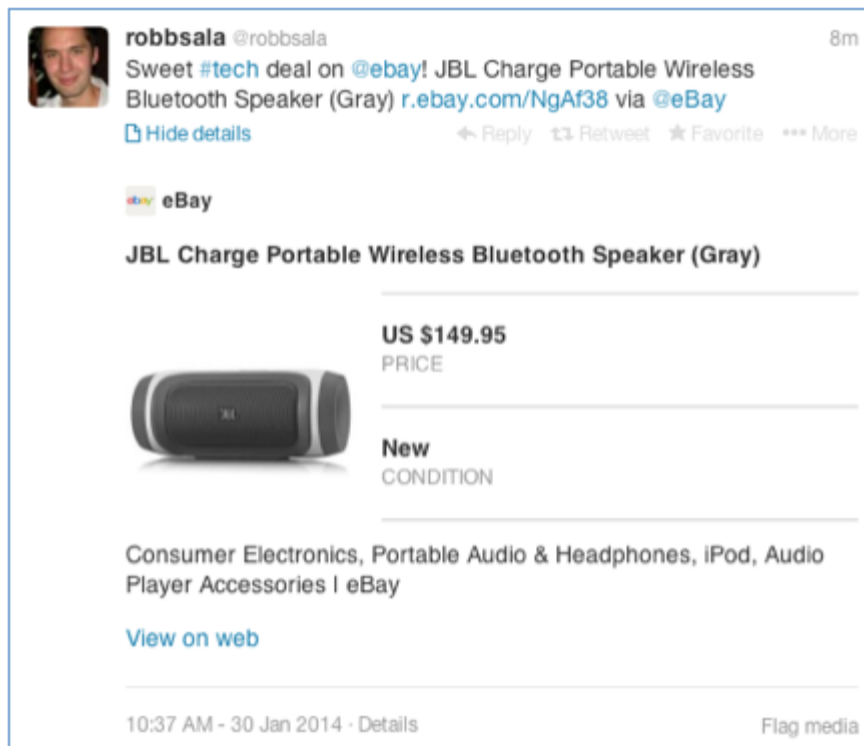
   



THE SOCIAL MEDIA LAB

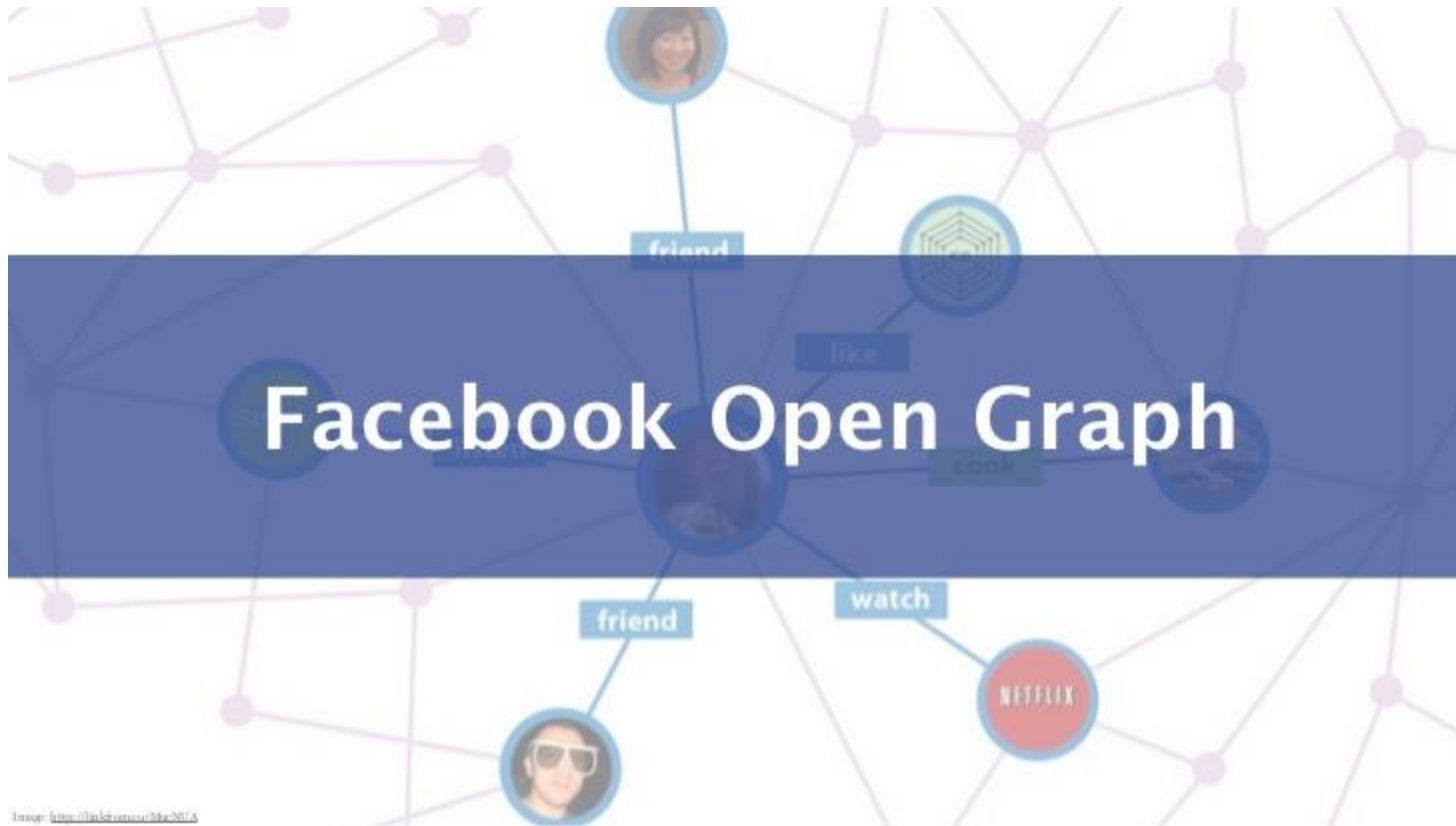


Before Twitter Cards



After Twitter Cards







<http://www.antoniovchanal.com/2016/ya-se-puede-monitorizar-twitter-con-cooltabs/>

+ Escribir la publicación en otro idioma [?]





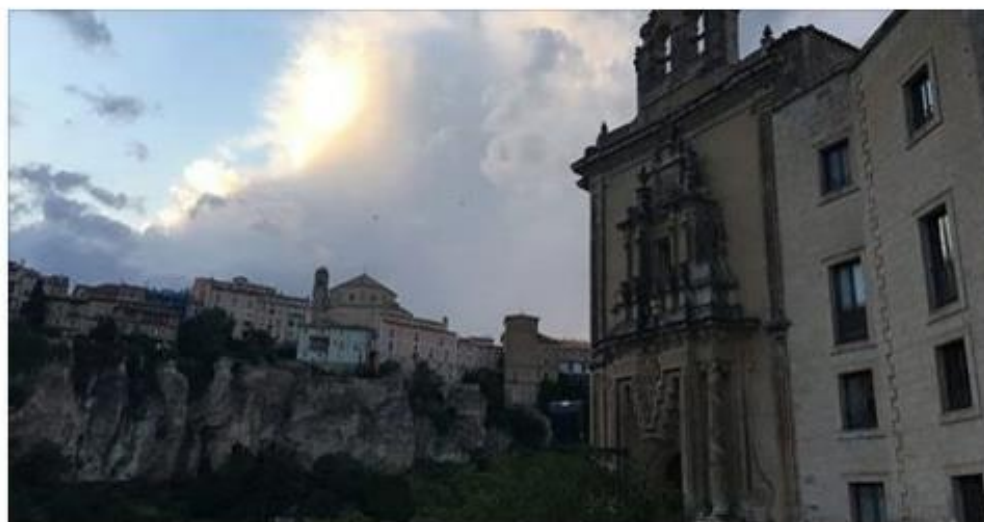
economistas
Colegio de Valencia



Turismo de Cuenca

2 de julio · 🌐

De nuevo colaboramos con Ida y Vuelta Blog de Viajes con las recomendaciones para un verano cultural en #Cuenca Estival Cuenca <http://www.idayvueltablogdeviajes.com/2016/06/que-hacer-ciudades-patrimonio.html>



Planes veraniegos en Ciudades Patrimonio, 2016 (primera parte)

Planes diferentes para conocer nuestras Ciudades Patrimonio de la...

IDAYVUELTABLOGDEVIAJES.COM | DE CRISTINA RODRÍGUEZ GOMEZ



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia



Turismo de Cuenca

4 de junio · 🌐

#Cuenca protagonista Babelia - El País Fundación Juan March
http://cultura.elpais.com/.../.../babelia/1464873322_258014.html
#CuencaesArte



Cuenca, polo de abstracción

Hace 50 años, un grupo de pintores capitaneado por Fernando Zóbel abrió Cuenca a la modernidad. El museo vuelve ahora a sus orígenes tras una remodelación. Por CARMEN MORÁN

CULTURA.ELPAIS.COM | DE CARMEN MORAN



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia

Analítica web

7



THE SOCIAL MEDIA LAB



economistas
Colegio de Valencia

Coste de adquisición de cliente (CAC).

Esta métrica nos permite determinar cuánto gasta la empresa en estrategias de captación por cada cliente que logra.

Por ejemplo: si en un año la empresa invierte 10,000 € en estrategias de captación y capta 350 clientes, el CAC sería de 28.57 €. Se recomienda mantener este ratio lo más bajo posible pues afecta al margen de beneficio.





economistas
Colegio de Valencia

Ratio de abandono del carrito de compra:.

Este indicador nos permite saber cuántas personas que inicialmente tuvieron la intención de comprar desistieron de ello en el camino. Evidentemente cuanto más bajo sea este ratio, mejor.

No obstante, este ratio no nos explica las razones por las cuales cada cliente abandonó el carrito de compras.





economistas
Colegio de Valencia

Valor del ciclo de vida del cliente o Lifetime Value (LTV):.

Esta métrica indica las diferencias entre la cantidad de dinero que gasta un consumidor en la tienda virtual y el coste de adquisición de dicho consumidor (CAC).

En consecuencia cuanto mayor sea el valor del ciclo de vida del cliente, mejor.



Por ejemplo, si un cliente gastó 100,00 € en tres compras distintas y la empresa gastó 40,00 € para atraer a ese consumidor a la tienda online, entonces el valor del ciclo de vida del cliente sería de 60,00 €.





economistas
Colegio de Valencia

Coste de adquisición de cliente (CAC):

esta métrica nos permite determinar cuánto gasta la empresa en estrategias de captación por cada cliente que logra.

Por ejemplo: si en un año la empresa invierte 10,000 € en estrategias de captación y capta 350 clientes, el CAC sería de 28.57 €. Se recomienda mantener este ratio lo más bajo posible pues afecta al margen de beneficio.





economistas
Colegio de Valencia

Coste de adquisición de cliente (CAC):

esta métrica nos permite determinar cuánto gasta la empresa en estrategias de captación por cada cliente que logra.

Por ejemplo: si en un año la empresa invierte 10,000 € en estrategias de captación y capta 350 clientes, el CAC sería de 28.57 €. Se recomienda mantener este ratio lo más bajo posible pues afecta al margen de beneficio.





Las claves del comercio por Internet

Cómo orientar la estrategia en Internet de la empresa, para gestionar con eficacia y rentabilizar el posicionamiento en buscadores, las campañas de publicidad, de usabilidad, el uso de las redes sociales...





economistas
Colegio de Valencia

**“Las redes sociales son un carrera de fondo,
no de velocidad”.**



Antonio V Chanal

Profesor y profesional de esto que llaman Marketing Digital y Social Media.
International Consultant & Lecturer.

www.antoniovchanal.com

hola@antoniovchanal.com

@AntonioVChanal

FB TW IN LI G+ TU



THE SOCIAL MEDIA LAB