

Guía para Vender en Internet

Alex Romero

Capta clientes en Internet y
mejora tus ventas globales



INDICE

1. Prepárate para el Marketing Online.....	3
Sitio Web.....	3
Google Analytics.....	4
Google Search Console.....	4
Google My Business.....	5
Perfiles de redes sociales.....	5
SEO y SEO local.....	6
2. Capta a tus Clientes Online.....	7
Empieza con Google.....	7
Comprende la estrategia de tus competidores.....	7
Conoce a tu público objetivo.....	8
Crea contenido útil para tus clientes.....	8
El marketing online es una inversión.....	8
Trabaja con diseñadores y fotógrafos profesionales.....	9
Marketing por correo electrónico.....	9
3. Publicidad de Pago.....	10
Google Ads.....	10
Bing Ads.....	10
Anuncios de Facebook.....	10
Anuncios de Pinterest.....	11
Anuncios de Instagram.....	11
Anuncios de Youtube.....	11
Anuncios de LinkedIn.....	11
4. En Resumen.....	12

1. Prepárate para el Marketing Online

Sitio Web

Necesitarás un sitio web para promocionar tus productos o servicios.

La mejor opción es WordPress porque permite instalar fácilmente un tema, instalar complementos y conseguir lo que quieras en su sitio web a un coste razonable.

Puedes comenzar obteniendo alojamiento en [Webempresa](#) o Hostgator por un precio reducido, y luego puedes registrar fácilmente tu dominio e instalar WordPress.

El sitio web es la **diana de todas las campañas digitales** que pongamos en marcha.



Google Analytics

Es **fundamental** usar **Google Analytics** en nuestros sitios web para que podamos saber exactamente qué está sucediendo en nuestra web en cada momento.

Google Analytics te proporcionará datos de visitantes en tiempo real, información de audiencia, datos de adquisición y seguimiento de conversiones.

Puedes obtener información sobre los visitantes de tu sitio web, quiénes son, de dónde son y cuáles son sus intereses.

Al utilizar los datos de Google Analytics a tu favor, puedes aumentar tu audiencia más rápido y mejorar la experiencia del usuario en tu sitio web.

Ve [aquí](#) para instalar Google Analytics en tu sitio web.



Google Search Console

Google Search Console te ayudará a **monitorear tu sitio web en los resultados de búsqueda de Google**.

Puedes ver cuántos clics está generando a partir de búsquedas orgánicas de Google y conectar esos datos con Google Analytics.

Ya sea que tengas un sitio web o una empresa local, Search Console puede ayudarte a encontrar las principales palabras clave para que puedas hacer crecer su negocio en internet.

Ve [aquí](#) para instalar Google Search Console en su sitio web.

Google My Business

Tu página de **Google Business es vital**, especialmente si tienes una empresa local.

Puedes poner tus servicios, horarios, dirección, información, fotos, número de teléfono y mucho más.

Además, los clientes dejarán reseñas y podrás obtener negocios adicionales si tienes un perfil sólido de Google Business.

Las personas buscan constantemente negocios locales, por lo que tu perfil comercial de Google es vital.

Incluso puedes agregar publicaciones para mostrar a los visitantes y responder a las reseñas para administrar cualquier problema de servicio al cliente.

Ve [aquí](#) para administrar tu página de Google Business.



Perfiles de redes sociales

Las principales plataformas de redes sociales son Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Reddit, Pinterest, LinkedIn y SnapChat.

El error que cometen muchos empresarios es intentar utilizarlos todos sin personal de apoyo.

Recomiendo considerar Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest, LinkedIn y Twitter.

Si no estás seguro, mira qué están usando tus competidores, porque depende del tipo de negocio.

Para obtener los mejores resultados, **elige entre 3 y 4 redes que funcionen mejor para tu negocio y mantente activo** en ellas para generar una audiencia.

SEO y SEO local

La optimización de motores de búsqueda es difícil para los no expertos, pero es **la mejor manera de llegar a clientes potenciales.**

Ya sea que alguien esté buscando restaurantes locales, dentista o unas gafas nuevas, el SEO te ayudará a dirigir el tráfico a tu negocio.

Deseas tener una clasificación alta en los motores de búsqueda para que las personas puedan encontrar fácilmente tus productos y servicios, comunicarse contigo, comprar en tu sitio web o visitar tu tienda.

Independientemente de tu objetivo, invertir tiempo y dinero en SEO te ofrecerá los mejores resultados a largo plazo.



2. Capta a tus Clientes Online

La mayoría de los consumidores encuentran nuevas empresas al realizar búsquedas online cuando quieren comprar productos o servicios.

Cuando visito una nueva ciudad, busco en Google, TripAdvisor y Yelp restaurantes en esas ciudades.

Cuando necesito un fontanero, busco en Google para encontrar los fontaneros mejor calificados cerca de mí.

Cuando necesito unas cortinas nuevas, puedo buscar en Google o Amazon para encontrar ideas.

¡NECESITAS APARECER ANTE LOS OJOS DE LAS PERSONAS QUE BUSCAN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECES!

Empieza con Google

Quieres conseguir una clasificación alta en Google.

Puedes utilizar una herramienta como Google Keyword Planner o una herramienta como [SEMrush](#) para encontrar las palabras clave que las personas buscan para encontrar una empresa como la tuya.

Ya sea que tengas un restaurante en Madrid, o vendas muebles de jardín en los Málaga, la investigación de palabras clave te ayudará a aprender más sobre cómo optimizar tu sitio web.

Contrata un profesional de SEO para optimizar tu sitio web para los motores de búsqueda.

Comprende la estrategia de tus competidores

Hay muchas herramientas de análisis competitivo, pero la mejor estrategia es comprender lo que están haciendo tus competidores.

Puedes utilizar herramientas de análisis de la competencia como [SEMrush](#), SpyFu, BuzzSumo y / o Social Blade.

Debes saber qué canales de redes sociales utilizan tus competidores y para qué motores de búsqueda están optimizando.

Por ejemplo, si estás en la industria de viajes, los sitios web como TripAdvisor y Yelp juegan un papel muy importante para conseguir más clientes.

Si estás en el sector de la decoración del hogar, sitios web como Pinterest y Houzz pueden ayudarte a ganar más clientes.

Conoce a tu público objetivo

Conocer a tu público objetivo **es básico**.

La mayoría de los jóvenes de 18 a 25 años no entran a las tiendas de decoración del hogar de lujo. La mayoría de los mayores de 65 años no compran herramientas eléctricas.

Si comprendes a tu público objetivo y quién realmente te compra productos y servicios, puedes orientar tu contenido y tu estrategia de marketing online a tu público objetivo.

Herramientas como Google Analytics pueden ayudarte a comprender la demografía y los intereses de tu audiencia.

Puedes usar esa información para ganar aún más clientes.

Crea contenido útil para tus clientes

La creación de contenido útil atraerá más clientes a tu negocio y ayudará a aumentar la confianza que le tienen.

Si tienes una empresa de suministros para piscinas, puedes crear videos útiles para instalar suministros para piscinas. Si tienes una empresa de joyería, puedes publicar artículos sobre los diferentes tipos de joyas, metales y tendencias populares. Si tienes una empresa de asesoramiento fiscal, puedes escribir artículos sobre diferentes leyes fiscales. Si eres instructor de yoga, puedes crear videos de yoga y contenido útil relacionado con el yoga.

Independientemente de tu industria, puedes crear contenido que ayude a llevar a las personas a tu negocio y les anime a comprar tus productos o servicios.

El marketing online es una inversión

Trabajé con un restaurante hace años para crear su sitio web y ayudar a su estrategia de marketing local. También tenían un fotógrafo profesional que tomó fotografías de la comida y el restaurante.

Se consiguió mostrar a la gente exactamente qué esperar cuando visita el restaurante y mantener un menú actualizado online.

Además, aprendieron a publicar sus especiales diarios y fotos de sus comidas en redes sociales como Facebook e Instagram.

Podría haber sido un costo inicial para el restaurante, pero todavía tiene éxito hoy y una vez que el restaurante tuvo una fuerte presencia online, pudo ganar más clientes y, en última instancia, más pedidos en general por día.

Debes comprender que el marketing en línea requerirá una inversión de tiempo o dinero. Si no estás seguro de qué hacer, intenta encontrar un experto en marketing digital que te asesore y comienza a construir tu presencia online.

Trabaja con diseñadores y fotógrafos profesionales

Si tu marca necesita un lavado de cara, si necesitas fotografías profesionales, si necesitas diseñar gráficos, trabaja con un diseñador profesional.

Son excelentes en lo que hacen y la gente no los usa lo suficiente.

Si no eres un diseñador de logotipos, no intentes diseñar tu propio logotipo.

Si estás tratando de mostrar a los clientes potenciales algo sobre tu negocio, contrata siempre un fotógrafo profesional.

Marketing por correo electrónico

Puedes utilizar un servicio como Mailerlite o MailChimp para crear una lista de correo electrónico y enviarles mensajes.

Ya sea que seas propietario de una vinoteca y quieras que la gente sepa sobre degustaciones y nuevos productos o vendas equipamiento deportivo en tu sitio web de comercio electrónico, el marketing por correo electrónico puede ayudarte a ofrecer nuevas ofertas y contenido de interés a tus clientes actuales.

3. Publicidad de Pago

Google Ads

La gente suele acudir a Google para encontrar la información que busca.

Puedes orientar palabras clave que sean valiosas para tu empresa y generar nuevos clientes.

También existen muchas tácticas avanzadas para rastrear conversiones como clientes potenciales o ventas.

También puedes utilizar la segmentación por audiencia para llegar a personas que eran clientes anteriores o que mostraron interés en tus productos o servicios.

Además, puedes ejecutar anuncios de display de Google a través de Google AdWords orientados a la Red de Display de Google, que alcanza aproximadamente el 90% de toda Internet.

Bing Ads

Bing Ads es muy similar a Google Ads, excepto que sus anuncios se ejecutan en Bing y Yahoo en lugar de Google.

De hecho, puedes ejecutar campañas idénticas en Google Ads y Bing Ads orientadas a las mismas palabras clave exactas, publicando exactamente los mismos anuncios y dirigiendo tráfico a las mismas páginas de destino.

Anuncios de Facebook

Los anuncios de Facebook se pueden utilizar para todo tipo de negocios, ya sea que se trate de una empresa local que intenta llegar a las personas en su mercado local o de un gran sitio web de comercio electrónico.

Hay muchos tipos de anuncios y objetivos de campaña diferentes, por lo que puedes ejecutar diferentes tipos de anuncios para lograr cualquier objetivo.

Anuncios de Pinterest

Las personas no usan lo suficiente los anuncios de Pinterest y funciona muy bien si intentas atraer a las personas interesadas en manualidades, recetas, bricolaje, hogar y jardín, salud y más.

También puedes publicar anuncios relacionados con la empresa porque cada vez más personas utilizan Pinterest en una amplia variedad de nichos de mercado.

Anuncios de Instagram

Instagram es otro canal social donde puedes ejecutar anuncios sociales.

Tiene diferentes opciones de publicidad además de toda la increíble orientación de anuncios de Facebook.

Los anuncios de Instagram son una excelente manera de llegar a tu audiencia, aumentar las vistas de videos, promover contenido e impulsar las ventas.

Anuncios de Youtube

Los anuncios de YouTube pueden funcionar para cualquier objetivo de marketing.

¿Tienes un nuevo producto o servicio que deseas promocionar?

¿Quieres llevar clientes potenciales a su negocio?

¿Quieres promocionar tu producto de software?

Independientemente de tu producto o servicio, una campaña publicitaria de YouTube dirigida, sin duda puede generar resultados para tu negocio.

Anuncios de LinkedIn

Los anuncios de LinkedIn te brindan acceso a profesionales de negocios y personas que buscan establecer conexiones profesionales.

Puedes mostrar tu anuncio a los profesionales del marketing y promocionar algo como un libro electrónico o una serie de videos gratuitos.

También puedes enviar una invitación a un webinar de presentación de un producto apuntando a los perfiles, cargos y empresas que más interesen a tu negocio.

4. En Resumen

Crea un sitio web, crea contenido en tu sitio web, resuelve los problemas de tus clientes con tu contenido, conoce a tu público objetivo, optimiza para los motores de búsqueda (SEO), copia a tus competidores, usa los canales de las redes sociales, brinda a tus clientes una buena experiencia de usuario online y offline, y utiliza la publicidad de pago para llegar a nuevos clientes.

El marketing online puede parecer complejo, pero es fundamental para cualquier empresa que quiera competir en la actualidad, y más todavía si quieres hacer crecer tu negocio.

Alex Romero