

Empresas que explotan datos

Companies that exploit data

Esmeralda Quintero-López^a

Abstract:

Today, the internet is incorporated into our lives in such a way that it is almost impossible to do anything without it. It is no coincidence that it is increasingly difficult to see people disconnected from their cell phones, having the internet at their fingertips. Based on the above, it is very common for us to look for products or services that we want on the internet, either to find the best prices or to find information about a certain product or service, even to discover more about a problem we have. That is why this work will analyze what digital marketing is and what are the elements that make it up.

Keywords:

Digital Marketing, internet, service, information.

Resumen:

Hoy en día, el internet está incorporado a nuestra vida de tal manera que es casi imposible hacer cualquier cosa sin ella. No es casualidad que es cada vez más difícil ver a las personas desconectadas de sus celulares, teniendo internet al alcance de los dedos.

Con base a lo anterior, es muy común que busquemos productos o servicios que queremos en internet, ya sea para buscar los mejores precios o para buscar información sobre determinado producto o servicio, incluso para descubrir más sobre un problema que tenemos. Es por ello, que en este trabajo se analizara que es el marketing digital y cuáles son los elementos que lo conforman.

Palabras Clave:

Marketing Digital, internet, servicio, información.

Introducción

Con la popularización de Internet las técnicas de marketing tradicional se adaptaron al entorno online. De esta forma surgió el marketing digital, que evoluciona tan rápidamente como lo hace la tecnología.

El marketing online utiliza los nuevos medios y canales para diseñar estrategias que ayuden a las empresas a destacar en Internet y a captar más clientes. Las redes sociales, los blogs de empresa, el email marketing, la publicidad en Google y otros medios son solo algunos ejemplos de marketing digital.

Por lo tanto, el marketing digital o marketing online también tiene otras acepciones muy usadas, tales como marketing 2.0, mercadotecnia en internet, cybermarketing o cibermarketing. Por consiguiente, el

online marketing tiene el mismo objetivo que el marketing offline o tradicional.

Con base a lo anterior se denomina marketing digital como el sistema que permite promocionar los productos o servicios del anunciante en línea, mediante plataformas y herramientas de forma estratégica y alineada con la estrategia general de marketing de la empresa.

Desarrollo

Marketing en buscadores

^a Autor de Correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-003-0610-5367>, Email: fiuly@hotmail.com

El marketing en buscadores o SEM (Search Engine Marketing) es una modalidad del marketing online que consiste en promocionar un sitio web ganando visibilidad en buscadores como Google para ciertas palabras o términos de búsqueda

Por otra parte, el SEO (Search Engine Optimization) es decir, optimización para motores de búsqueda, es el conjunto de técnicas que se aplican en una página web con el objetivo de mejorar su posición natural en los resultados de búsqueda.

Con base a lo anterior, la diferencia entre SEO Y SEM, se basa en:

- SEO se centra en mejorar la visibilidad de forma natural en los resultados de búsqueda.
- SEM, se basa en campañas de publicidad mediante anuncios de pago en las páginas de resultados.

Ejemplos:

- Google Adwords: Campañas de búsqueda como anuncios en los resultados de google o banners en páginas webs.
- Landing Page: Cuando el usuario hace clic en el anuncio y es dirigido a una página de aterrizaje, permitiendo obtener datos de sondeo de posibles clientes.

Social Media Marketing

Combina los objetivos de mercadotecnia en Internet con medios sociales como foros web, blogs, revistas, agregadores de contenidos, sitios de intercambio de contenidos social y muchos otros.

Ejemplos:

- El Inbound Marketing, permite que, mediante el uso de redes sociales, en el ámbito comercial, es posible llegar al inbound marketing, que se trata de una técnica no inclusiva, es decir, se pretende conocer y comprender también al consumidor, que el producto se pueda ajustar a sus necesidades.
- Facebook, es una de las redes sociales más populares. Tener una fan page en Facebook da la oportunidad de comunicarse directamente con los clientes, ya que es una buena plataforma para darse a conocer, ganar visibilidad y lanzar promociones.

- Twitter es una red social de microblogging que permite al usuario estar informado de forma continua en función de las cuentas que siga. Esta plataforma es interesante para mantener a los seguidores actualizados en cuanto a novedades y noticias en relación a los productos o servicios que ofrecemos.

Referencias

- [1] Lipinski, J. (2020). Las herramientas de Marketing Digital más importantes. Recuperado el 28 de febrero de <https://www.rdstation.com/mx/blog/herramientas-marketing-digital/>
- [2] UAEH. (29 de noviembre de 2018). Garza Digital. Obtenido de Recursos Digitales Bachillerato: <http://200.57.63.146/garzadigital/ComunidadBachillerato.php#>