

11

TENDENCIAS DE MARKETING DIGITAL PARA TU NEGOCIO LOCAL

ÍNDICE

00	Introducción.....1	06	Analiza tu reputación online.....8
01	Presencia en las Redes Sociales....3	07	Búsquedas por voz.....9
02	Vídeomarketing.....4	08	Informar las coordenadas precisas de ubicación.....10
03	Personalización del negocio.....5	09	SEM con Google Ads.....11
04	Desarrollo de una página web.....6	10	Herramientas de Google.....12
05	Investigación de palabras claves....7	11	Email marketing.....13

00 Introducción

Las tendencias de marketing local se basan en estrategias orientadas a la comunicación transparente y real, dejando de lado los trucos publicitarios algo engañosos donde los clientes al adquirir el producto y/o servicio se enfrenten con otra realidad.

En este ebook te mostraremos las principales tendencias que se presentan en el panorama del marketing digital y cómo StartGo Connection ayudamos a comercios a sacarle el mayor partido. Recuerda que estas herramientas no están enfocadas solo a grandes compañías, sino que te vamos a enseñar como beneficiarte de ellas si eres un negocio local. Es fundamental que te mantengas al día y actualices tus herramientas para mejorar tu presencia online.



#01

Presencia en las Redes Sociales

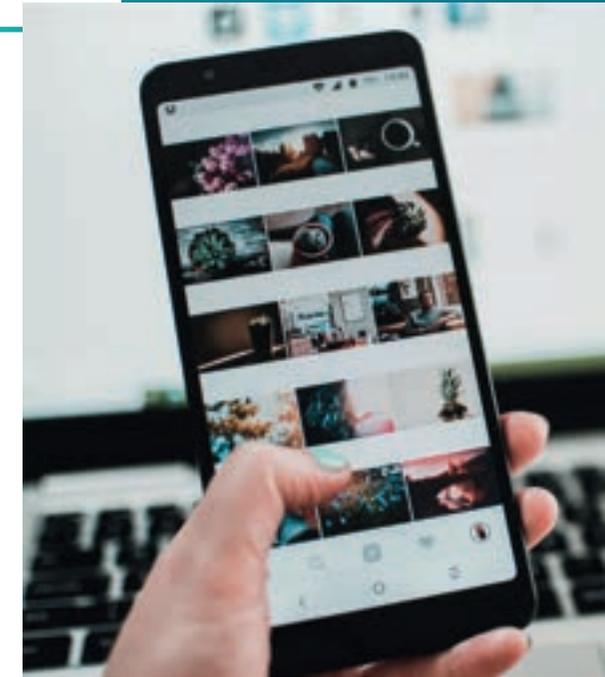
El primer paso debe ser definir tu **público objetivo** y analizar sus RRSS favoritas, el contenido con el que interactúan y, por supuesto, observar cuáles son los canales por los que se mueven tu competencia.

Cada vez más, el usuario busca información en internet acerca del producto que le interesa comprar. Pero es que, además, pasa lo mismo con las redes sociales. Sobre todo, cuando el usuario ya nos conoce. Por esta razón, una de las tendencias de este año son los llamados **shoppable post**, los cuales pueden ser formulados a través de vídeo o de imagen. Al crear este tipo de publicaciones, tenemos dos opciones:

- Redirigir al cliente a la página web para que desde ahí proceda con la compra del producto/servicio
- Integrar el proceso de compra en la misma red en la que hacemos la publicación y así acortaríamos el funnel de ventas .

WhatsApp Business

Para conseguir fidelizar a tus clientes, el uso de la mensajería instantánea es algo de mucho valor. **La tasa de apertura es de más de un 90%**, por lo que, la probabilidad de que seas leído es muy alta. Puedes hacer uso de este canal para informar sobre las novedades, promociones, actualizaciones de tu negocio. Aunque también debes tener cuidado de **no ser intrusivo**, ya que puede considerarse spam y ser bloqueado por el usuario.

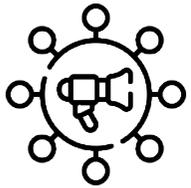


Búsquedas por voz

Las búsquedas por voz no paran de crecer y crecer de manera exponencial.

Esto se debe tanto al uso de la comunicación a través de audio en las aplicaciones de **mensajería instantánea**, como la atención al cliente a través de audio con los asistentes virtuales.

Ventajas de aplicar las búsquedas por voz en tu negocio



Se asemejan mucho más al lenguaje oral, por lo que generará más confianza en el cliente



La búsqueda en sí es mucho más completa y natural, por lo que se podrá mostrar con más facilidad el resultado idóneo



Son mucho más funcionales, ya que la búsqueda por voz es mucho más rápida que escrita



#03

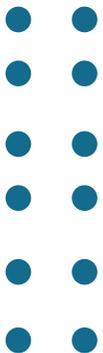
Videomarketing

Hace dos años, fue todo un éxito hacer uso del video para la estrategia de marketing digital. Pero es que a día de hoy sigue creciendo.

El videomarketing es una apuesta segura para las redes sociales. Ya que cada día, millones de personas consumen horas y horas de contenido en vídeo. Además, es considerado como el **formato preferido** de los usuarios.

Beneficios de crear contenido audiovisual

- Es de rápido consumo
- Muy personalizado para generar confianza a los clientes
- Es mucho más dinámico e interactivo
- Atrae el interés del público
- Muestra el lado humano de tu negocio



#04

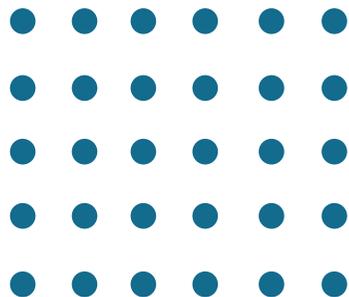
Informar las coordenadas precisas de ubicación

Posicionar tu negocio en la ubicación exacta en la que se encuentra físicamente, favorecerá en el **posicionamiento**.

Google Business Profile es una herramienta que permite que los potenciales clientes conozcan con facilidad la ubicación geográfica de tu negocio. Y poder compartirlo a través de redes como Whatsapp o Telegram.

Además, será de ayuda geolocalizar tanto las imágenes de tu página web como las que subas a tu ficha.

Cuando la imagen se realiza desde un teléfono móvil, la mayoría de las veces se geolocaliza automáticamente. Pero en el caso de no ser así, puedes usar la herramienta **geoimgr**, para realizar una geolocalización manual.



#05

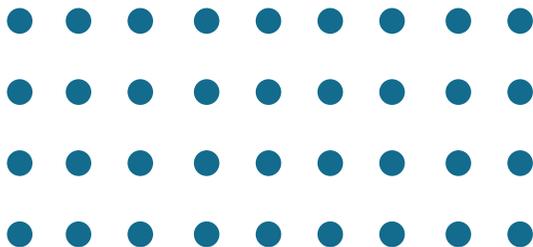
Personalización del negocio

La información que promuevas al cliente no solo debe ser de tipo funcional, sino también **distinta y original** respecto de la competencia, para así diferenciarte del resto.

Para conseguir ser diferente, puedes optar por un tono comunicacional distinto, con humor, filosófico, etc.

También puedes trabajar tu imagen corporativa en las redes en las que se encuentre tu público objetivo, con colores y tipografías identificativas.

Al mismo tiempo, es recomendable que ofrezcas propuestas de valor mediante el **packaging** o en la **distribución** del mismo.



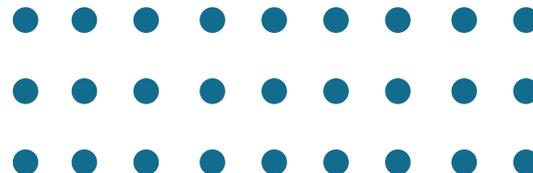
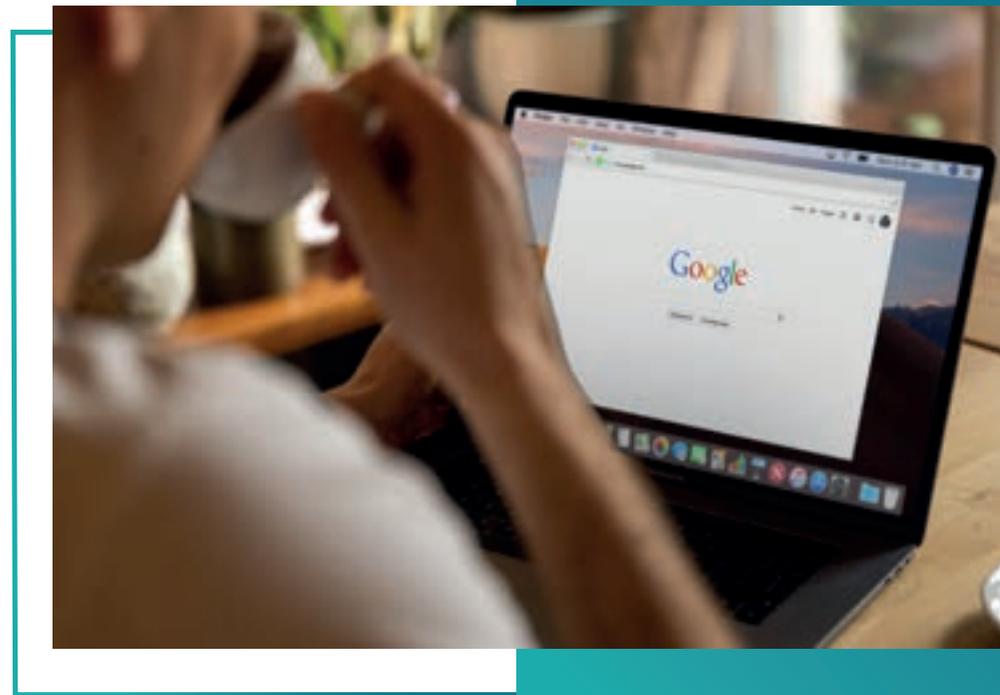
#06

SEM con Google Ads

Crear campañas de anuncios locales en Google Ads para que los usuarios encuentren tu negocio en los primeros resultados de búsqueda de Google.

Cada vez hay más **competencia** entre negocios locales y este tipo de publicidad aún está despegando, por lo que puede ser una buena opción para ofrecer más visibilidad y diferenciarte al resto de empresas en esa zona que trabajen con las mismas palabras clave que tú.

En este caso, es muy importante hacer previamente un buen **estudio de palabras clave** para después pujar por las que realmente te interesan. Y conseguir un posicionamiento efectivo.



#07

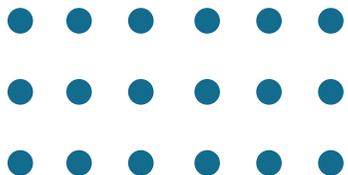
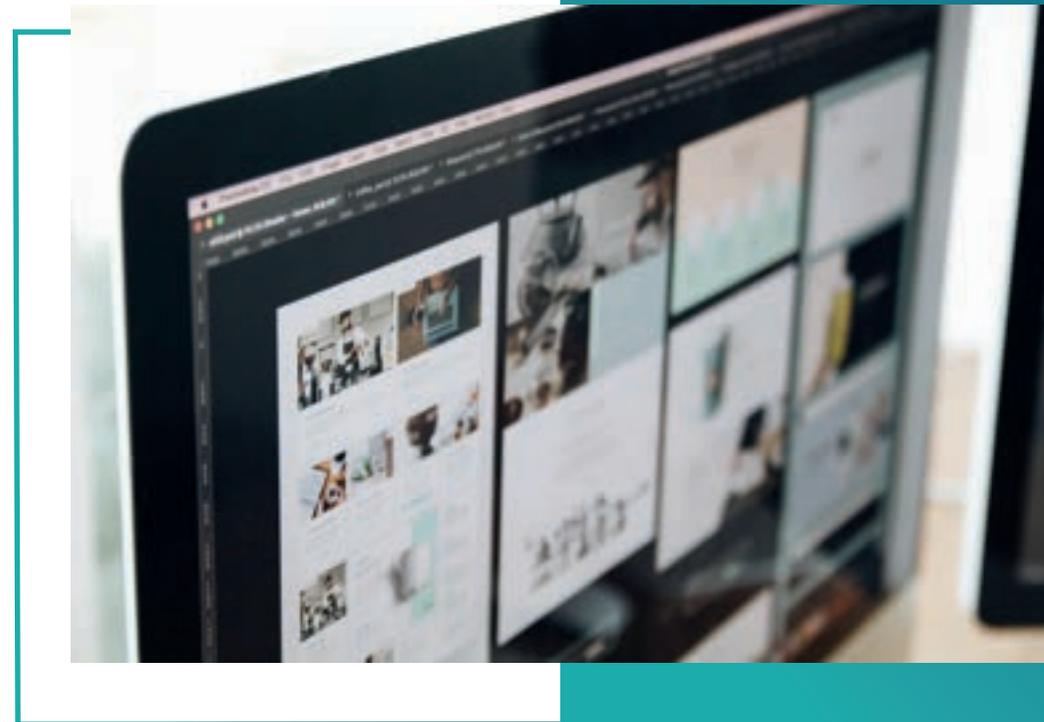
Desarrollo de una página web

Una página web es crucial para la estrategia de marketing local.

En ella se debe de encontrar el contenido de manera **accesible e intuitiva** y en correlación a la identidad visual de Redes Sociales.

Un consejo sería aplicar el principio de “menos es más”, es decir, no satures de información, basta con crear **contenido de calidad** y útil para tus clientes, tener los horarios actualizados, eventos importantes, ofertas y promociones del momento, etc.

Tener una página web en tu negocio local es muy importante. Porque hoy día si tu negocio no es visible en internet, no existe, por lo que estarás perdiendo oportunidades de llegar a muchas más personas de tu localidad. Lo que provocará pérdidas de clientes y de ventas.



Herramientas de Google

Google ofrece diferentes herramientas **gratuitas** para que despegues tu negocio local con el fin de optimizar tu presencia online.

Algunas de ellas son:

- **Google Business Profile:** Para crear una ficha de tu negocio y aparecer en las búsquedas según tu ubicación, servicios y/o productos.
- **Google Search Console:** Te ofrece información detallada sobre como Google clasifica una página web, mejoras para optimizar el posicionamiento, etc.
- **Google Analytics:** Te permite crear alertas tanto de tu negocio como de la competencia. Sabiendo así las actualizaciones, tanto tuyas como de tu competencia.
- **Google Trends:** Te muestra lo más buscado por los usuarios, para poder hacer uso de esas palabras clave.
- **Page Speed Insight:** Te da un informe de la velocidad de carga de tu sitio web y cuáles son las mejoras que puedes realizar.
- **Mobile Friendly Test:** Te dice si tu sitio web es responsive. Es decir, si es apto para verse en móvil o no.



#09

Investigación de palabras claves

Las palabras clave son esenciales para ayudarte de maneras diferentes en tu estrategia de marketing digital local.

Sirven para mostrarte qué buscan tus clientes y así poder crear **contenidos**, traer nuevos productos que interesen y saber qué términos emplea tu público a la hora de realizar una búsqueda relacionada con tus productos/servicios.



Usa **herramientas** como Answer the Public, Semrush, Ahrefs, Keyword Planner, Google Trends, Keyword-tool.io y las sugerencias de búsqueda de Google.



Haz uso de las **keywords** de manera adecuada en tu sitio web, blog y redes sociales.

Por lo que hacer un estudio de palabras clave, y saber cuáles son por las que tu negocio debe posicionar, es un punto clave en tu estrategia de marketing digital.



Email marketing

El correo electrónico no ha llegado a su fin, de hecho, es uno de los pocos canales de marketing que desde su inicio tuvo gran impacto y, a día de hoy, sigue dando unos **resultados magníficos**.

El contacto de clientes o clientes potenciales nos sirve para poder ofrecerles nuevas ofertas e información de interés de nuestro negocio.

Debes tener en cuenta, que siempre tiene que ser el cliente el que proporcione sus datos y permitan el contacto con ellos. Ya que si no respetas esto, estas infringiendo la **política de protección de datos** y, a parte, perjudicando el alcance de tus campañas de email marketing porque tu dominio puede entrar en alguna blacklist.

¿Para qué sirve el email marketing?

- Establecer de relaciones
- Promocionar contenido
- Crear oportunidades
- Generar reconocimiento de marca
- Nutrir las oportunidades de venta
- Implementar marketing de productos



#11

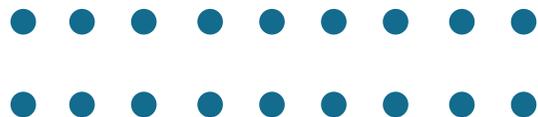
Analiza tu reputación online

La reputación de una marca es esencial para poder **conectar emocionalmente** con los clientes. Las personas estamos buscando opiniones de negocios constantemente para comparar la mejor opción.

Las **experiencias positivas** priman sobre el precio del producto. El 78% basa su recomendación en la profesionalidad y confianza que le inspira el establecimiento. Un 46% gracias a un trato agradable y el 42% llevado por una experiencia única y original. Solo el 41% recomienda un comercio por su política de precios.

Definitivamente, los clientes ponen especial atención a lo **que dicen el resto de usuarios**. Por lo tanto, los comercios locales deberían analizar cómo mejorar la experiencia del cliente y con ello su reputación online.

También te recomendamos trabajar las reseñas en Google pidiendo a tus clientes que dejen su **opinión** en dicha plataforma y no olvides responderlas, ya sean positivas o negativas. Además, puedes plasmarlas en tu web y aumentar tu autoridad.





startGo
connection

Tu Agencia de transformación y comunicación

