

Cinco herramientas y técnicas de marketing digital para reforzar tu negocio

De acuerdo a cifras de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el 40% de los negocios peruanos venden sus productos y servicios a través de Internet, y cada vez son más las empresas que adaptan sus canales al medio digital.

Al día de hoy, se hace evidente la importancia de las herramientas de marketing digital en un mundo que depende cada vez más en lo virtual, dada la crisis sanitaria.

Sin embargo, estas son más que herramientas tradicionales aplicadas al mundo virtual, y comprender su funcionalidad puede resultar complejo.



Emprendedor: ¿Por qué es importante tener una marca propia?



Cómo crear grupos de Facebook y aprovechar ventajas de comunidad online

En ese sentido, Daniel Chicoma, profesor de ESAN Graduate School of Business, explica cuáles son las principales herramientas de marketing digital y cómo funcionan:

SEO Minion

El SEO es un conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento en buscadores de un sitio web en Internet.

La herramienta *SEO Minion*, por ejemplo, hará un listado de las páginas que aparecen como resultados principales en Google de manera orgánica, no aquellas que están como anuncios, ya que esas empresas han pagado para posicionarse allí.

Screaming Frog

Esta herramienta es el siguiente paso luego de tener el listado de principales resultados en motores de búsqueda. **Screaming Frog** desagregará la información de las páginas indicadas y mostrará toda la información que hay en ellas: titulares, frases y palabras más comunes, metadescripciones, etc.

Todo aquello que las ayuda a posicionarse en las primeras páginas de Google. Así, conocerás cuáles son los elementos que permiten a una página tener un buen desempeño en los motores de búsqueda y podrás aplicarlo a tu negocio también.

Mapas de calor

Son útiles para optimizar la página web de tu negocio, ya que permite conocer las secciones que generan mayor interacción.

Algunas de estas herramientas son de bajo costo y muestran al usuario información como por dónde entraron las personas a su página, con qué elementos interactuaron, el movimiento de su mouse, y hacia dónde se dirigieron al salir de la página.

Hotjar y *Crazy Egg*, por ejemplo, brindan estos datos, y están disponibles como extensiones en la tienda de Google.

CRM

Las herramientas de administración de relaciones con el cliente, o CRM por sus siglas en inglés, son útiles si tienes una base de datos de tus consumidores. Te permite vincular todas las comunicaciones que tienes por correo, y generar un listado de aquellos correos a los que escribes, o te escriben a ti.

Con herramientas como *Hubspot*, por ejemplo, puedes generar una base de datos a partir de un formulario que realices a través de Facebook, con los correos capturados de la data llenada por los clientes.

Hubspot tiene una versión gratuita, que permite mapear correos y organizar los perfiles de los compradores, pero con la versión de pago, es posible crear *newsletters*, campañas publicitarias, e incluso generar un embudo de conversión para cada nuevo contacto.

Técnicas más “tradicionales”

Puedes hacer mediciones de tu negocio con la información que arrojan Google Analytics y Facebook, si es que tienes una página tipo empresa.

Sin embargo, si deseas profundizar un poco más en estas, herramientas como *Metricool* presentan esta data en informes amigables y permiten gestionar varias redes sociales al mismo tiempo, por un bajo costo.