

3. **Selecciona cuidadosamente las herramientas y acciones.**  
Lo que le funciona a los demás, no tiene por qué funcionar a mí.

Debes tener claro en qué se va a invertir: por el simple hecho de tratarse de Internet, no significa que no vaya a costar nada.

### En quién me apoyo

Para el asesoramiento: en la OTD de FREMM.

Para el desarrollo: en profesionales. Consulta el listado de habilitadores en la web de la OTD FREMM.

Para la financiación: las políticas de ámbito europeo y nacional están encaminadas al apoyo al desarrollo tecnológico de las empresas. Consulta a la OTD FREMM sobre las líneas de ayuda existentes.

Transformación digital en PYMES } Oficinas de Transformación Digital

<p>FREMM Federación Regional de Empresarios del Metal Murcia</p>	<p>OTD FREMM C/. del Metal, 4 30009 Murcia Teléfono: 968931502/00/01 <a href="http://otd.fremm.es">otd.fremm.es</a></p>
--	---

Las Oficinas de Transformación Digital puestas en marcha en toda España por el Ministerio de Economía y Empresa, a través de la entidad pública Red.es, cuentan con un presupuesto global de cinco millones de euros. Las actuaciones a realizar serán financiadas con cargo al Programa Operativo Plurirregional de España (POPE), Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) del periodo de programación 2014-2020 y bajo el lema "Una manera de hacer Europa" que tiene entre sus objetivos mejorar el uso, la calidad y el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Federación Regional de Empresarios del Metal Murcia

## MARKETING DIGITAL

[otd.fremm.es](http://otd.fremm.es)

El marketing digital es la oportunidad perfecta para que las pequeñas y medianas empresas compitan y ganen mercado. La lucha ya no se hace sobre el espacio sino sobre la atención. El usuario quiere valor, quiere información de utilidad

## MARKETING DIGITAL

### ¿Qué es?

El marketing digital (o marketing online) engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet.

#### Tipos de herramientas y acciones

**Web o blog:** herramientas desde las que centralizar una campaña de marketing digital, mediante la generación de contenido de valor no intrusivo.

**Buscadores:** son herramientas que permiten a los usuarios de internet encontrar contenidos relacionados con aquello que están buscando (Google, Yahoo o Bing). Para poder posicionar con éxito una página o blog en las primeras posiciones de los buscadores y conseguir visitantes, es imprescindible realizar acciones de posicionamiento orgánico (SEO) o de pago (SEM) en tu estrategia de marketing online.

**Redes sociales:** eficaces para la difusión de contenidos, así como para la creación de una comunidad de marca, el branding e incluso la compra online, la gestión de crisis y la atención al cliente. Además, en muchas de ellas (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, etc.) existe también la posibilidad de poner en marcha campañas de publicidad online segmentadas, que pueden ser un buen complemento para cualquier estrategia online.

**Publicidad display:** anuncios (banners) de diferentes tamaños y formatos (textos, imágenes, gráficos, vídeos...) que ocupan un espacio en los sitios de internet de una forma atractiva y llamativa.

**Email marketing:** puede hacerse a bases de datos propias o ajenas, a partir de las cuales se generan mensajes en forma de newsletter, boletines, catálogos, cursos, etc.

### Principales ventajas

**Económico.** Comparado con otros medios tradicionales (televisión, radio o prensa).

**Contenido permanente y omnipresente.** Todo el contenido que creamos es un activo para la compañía.

**Medible.** Aspectos como el impacto de la estrategia, la repercusión, en qué sectores y hasta el retorno de la inversión (ROI).

**Inmediato.** Los resultados se obtienen en tiempo real y a través de interacciones de los usuarios.

**Segmentación personalizada.** El público elegido se puede acotar por categorías muy específicas, por ejemplo, en función del rastro dejado por el cliente, en función de un interés, en función de su estatus (potencial, antiguo, proveedor...).

**Flexibilidad y dinamismo.** Permite ajustar la estrategia cuantas veces sea necesario para mejorar los resultados.

### Por dónde empiezo

La estrategia de Marketing online, que será una parte integrante de la estrategia de Marketing general, debe contemplar tanto los objetivos que se quieren conseguir como los medios que se van a utilizar para lograrlos.

1. **Reflexión previa.** ¿A qué público me quiero dirigir? ¿Qué productos voy a ofrecer?
2. **Marca objetivos.** Deben ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y bien definidos en el tiempo.

