

ENCUENTRA A TU PÚBLICO DIGITAL



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

IVACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

dos
asociados

Sobre mí

**Mi nombre es Javier, natural de Sax (Alicante),
licenciado en Publicidad**

**Trabajo como Diseñador Web y Social Media
Manager**

**Actualmente, desde hace tres años soy el
encargado de Marketing Digital en la Agencia de
Comunicación Dos Asociados (Alcoy)**

¿DÓNDE ESTÁ TU PÚBLICO DIGITAL?

Tu público / cliente / usuario

- ¿Cuál es?
- ¿Dónde está?
- ¿Cómo llego a él?

LAS REDES SOCIALES

¿Qué redes usa tu empresa?

LAS REDES SOCIALES



FACEBOOK

INSTAGRAM



LINKEDIN

TWITTER



YOUTUBE

BUYER-PERSONA

Un buyer-persona es la representación **NOMINAL** de nuestro consumidor/usuario que construimos a partir de la información que obtenemos de él en la red y mediante cuestionarios, encuestas, etc.

BUYER PERSONA

Nombre _____ Edad _____
Ciudad _____ Nivel Socioeconómico _____
Profesión _____ Estado civil/Hijos _____

BIOGRAFÍA

USO DE MÓVIL _____
USO DE TABLET _____
USO DE ORDENADOR _____
USO DE TELEVISIÓN ONLINE _____
¿SUBSCRITO A SERVICIOS DE TV?

AFICIONES / INTERESES

REDES SOCIALES

¿LA USA? ¿PARTICIPA? ¿EN QUÉ HORARIO?

FACEBOOK _____
INSTAGRAM _____
LINKEDIN _____
TWITTER _____
YOUTUBE _____

MOTIVACIONES

RECHAZOS

UN DÍA EN LA VIDA DE TU BUYER-PERSONA

BUYER-PERSONA

- Adapta la ficha a los datos que son relevantes para tu empresa
- Investiga e imagina como es tu consumidor
- Rellena toda la información posible y busca datos reales para inspirarte
- Puedes tener varios Buyer-Persona, todo depende de tu empresa

BUYER-JOURNEY

Es el viaje que realiza el usuario desde que detecta una necesidad hasta que logra satisfacerla comprando o contratando un servicio.

Cuando se inicia el viaje, tenemos que tener en cuenta al **BUYER-PERSONA**

BUYER-JOURNEY

DESCUBRIMIENTO



Tiene una necesidad de un producto o servicio

CONSIDERACIÓN



Investiga qué productos hay en el mercado: Buscadores, Catálogos, Tiendas online

DECISIÓN



Decide entre todas las opciones la opción que logra convencerle

HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL

FACEBOOK ADS (INSTAGRAM ADS)

Ventajas: Alta segmentación
de audiencias

GOOGLE ADS / ANALYTICS

Ventajas: Palabras claves

GOOGLE KEY PLANNER

Planificación de palabras clave

HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL

GOOGLE TRENDS

Búsqueda de tendencias

MAILCHIMP

Envío de mailing con seguimiento

HOOTSUITE

Planificación Redes Sociales

ANÁLISIS DE RESULTADOS

**INFORME DE RESULTADOS CON
CONCLUSIONES**

**SE CRUZAN
DATOS DE PUBLICIDAD
CON
DATOS DE VISITAS WEB**

GRACIAS POR SU ASISTENCIA

javier@dosasociados.com

leonor@dosasociados.com

www.dosasociados.com

