TusClicks
MARKETING DIGITAL

PUBLICIDAD GRATIS PARA PÁGINAS WEB

→Aumenta el número de visitas relevantes a tu sitio web mediante distintas técnicas sin costo.

TusClicks.com

I. INTRODUCCIÓN **2**
II. FORMAS DE PROMOCIONAR UN SITIO WEB PARA AUMENTAR EL TRÁFICO **3**

1. Anuncios Clasificados 3
   a) Qué son los anuncios clasificados 3
   b) Características 3
   c) Beneficios 3

2. Crear un Blog de empresa: 5
   a) Qué es un blog 5
   b) Razones para tener un blog de empresa 6
   c) Ventajas de un blog de empresa 9
   d) Breves consejos para aumentar el tráfico de un blog 9
   e) Algunos errores comunes en los blogs 11

3. Foros: 12
   a) Qué es un foro 12
   b) Cómo participar en un foro 13

4. SEO o Posicionamiento web: 14
   a) Qué es SEO 14
   b) Factores de Posicionamiento web 15
   c) Beneficios de SEO 16

6. Marketing viral: 17
   a) Qué es el marketing viral 17
   b) Definición de una estrategia viral 18
   c) Contenido viral 18

7. Redes Sociales: 20
   a) Qué son las redes sociales 20
   b) Beneficios de promocionarse en las redes sociales 20
   c) Cómo promocionarse en Facebook 21
   d) Cómo promocionarse en Twitter 21
   e) Posicionamiento en Youtube 22

I. INTRODUCCIÓN

Qué se entiende por promocionar un sitio web

Promocionar un sitio web es darlo a conocer en el mayor número de lugares y a la mayor cantidad de personas posibles, usando diversas técnicas específicas, con el objetivo de aumentar el tráfico web relevante al sitio y así aumentar las conversiones. Para promocionar y aumentar el tráfico relevante de un sitio web existen distintas formas, pagadas y gratuitas; sin embargo, nos focalizaremos en aquellas que no tienen ningún costo para el dueño del sitio web.

Internet crece y crece cada día más, y cada vez hay más sitios, más competencia y más información disponible para los consumidores, por lo tanto promocionar un sitio web es una de las maneras de estar presente, de posicionar tu marca, tus productos y tus servicios, por sobre los de la competencia.

II. FORMAS DE PROMOCIONAR UN SITIO WEB EN INTERNET

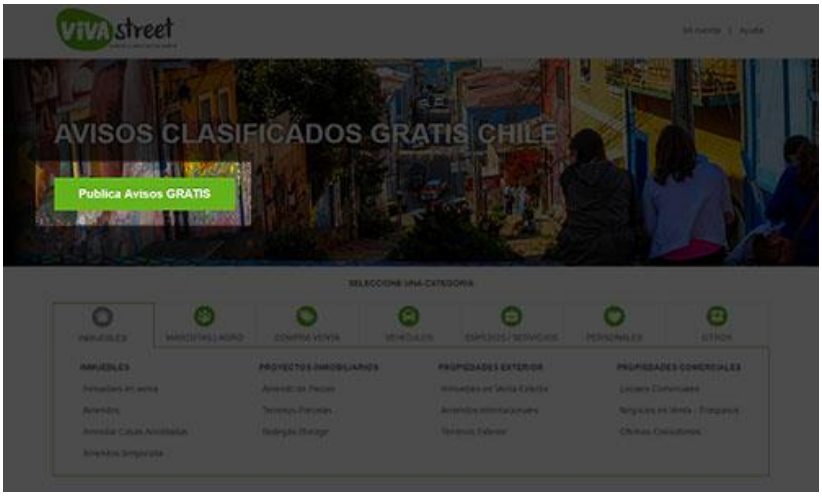
1. **Anuncios Clasificados**

a) Qué son los anuncios clasificados.

Los anuncios clasificados son sitios web que permiten publicar avisos en internet de manera gratuita (salvo excepciones), ingresando los datos de tu empresa, su ubicación, categoría, nombre, descripción, email, fotos y videos. Son una especie de directorios o páginas amarillas que reúnen cientos o miles de empresas.

Algunos de estos sitios son:

- Google places.
- Páginas amarillas.
- OLX
- Eavisos
- Vivastreet
- MundoAnuncio



Cada país tiene directorios online distintos así que anda a Google y busca por ellos usando frases como “anuncios clasificados gratuitos” o directorio empresas en “tu país”)

b) Características

Estos sitios de anuncios publicitarios se caracterizan principalmente por ser gratuitos (aunque hay algunos pagados) y, en general, tienen un buen posicionamiento en Google. De esta forma, podemos usarlos para que nuestra página web aparezca bien posicionada a través de ellos.

II. FORMAS DE PROMOCIONAR UN SITIO WEB EN INTERNET

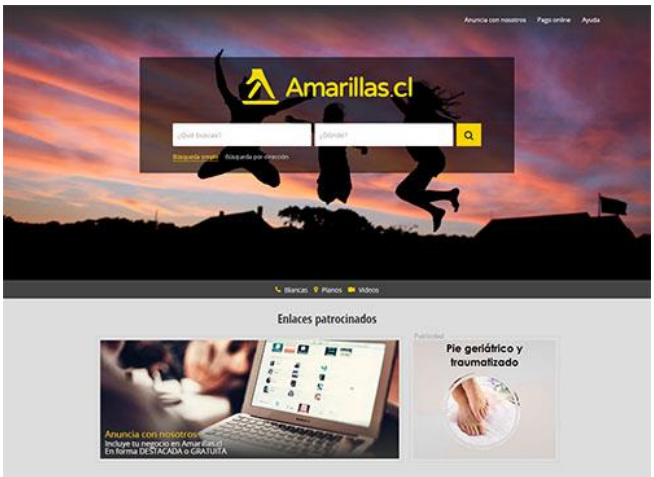
En su mayoría estos anuncios se conforman de la siguiente manera.

- **Título:** Es lo más relevante, es el gancho para atraer a los usuarios. Sé breve, preciso y claro.

- **Descripción:** Donde se señalan las características y beneficios de la empresa, producto o servicio. Debe ser concisa, clara y transparente.

- **Imágenes y videos:** Siempre es atractivo contar con estos elementos que pueden ser determinantes en la elección de un usuario. c) Beneficios

- **Bajo costo:** La mayoría de estos anuncios son gratis aunque por lo general tienen la alternativa de pagar para aparecer en mejores posiciones.



- **Fácil y rápido de publicar:** Las interfaces de estos anuncios son muy amigables y además están en español.

- **Gran cantidad de tráfico web**, si estás en los clasificados más importantes.

- **Posicionamiento** en buscadores como Google.

- No es necesario tener sitio web, pero es **ideal contar con uno**, o al menos, con una página de negocios en Facebook.

- Permite la **creación de enlaces hacia tu página web**, lo que se traduce en una mejora en el posicionamiento orgánico o SEO.

2. Crear un Blog de empresa

a) Qué es un blog

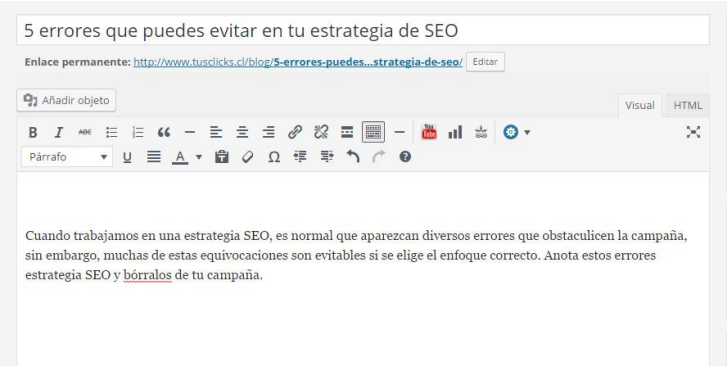
Un blog es una especie de bitácora, agenda o diario de publicaciones que se puede actualizar regularmente y que se ordena cronológicamente, siendo el último contenido subido la primera publicación que se ve al ingresar al sitio. Estas publicaciones pueden ser distintos contenidos en forma de textos, imágenes, videos, etc. Cada contenido tendrá su propia dirección URL.

Por ejemplo, este es un blog para pymes en España: http://www.pymesyautonomos.com/

Y este es nuestro blog en Chile: http://www.tusclicks.cl/blog/

Un blog puede ser administrado y manejado por cualquier persona, ya que su funcionamiento es muy sencillo y no requiere de grandes conocimientos de programación. Por ejemplo, para crear un blog hay dos grandes plataformas gratuitas, Blogger y Wordpress, las que paso a paso te van guiando en el diseño y la configuración del sitio.

Asimismo, para publicar contenidos o posts dentro del blog, estas plataformas cuentan con un gestor de contenidos, el cual posee una lógica muy similar a la de Word Office, por lo que no toma mucho tiempo acostumbrarse a su uso.



En cuanto a la publicación de imágenes y videos, ésta se realiza bajo un sistema similar a la de adjuntar un archivo en un correo electrónico.

Precisamente son estos elementos, de fácil uso, los que han permitido hablar de la democratización de los contenidos en internet, ya que con los blogs, los usuarios no sólo reciben información, sino que ahora muchos tienen la capacidad de generar y crear contenidos de interés.

b) Razones para tener un blog de empresa

La razón para tener un blog dentro del sitio web de una empresa, es para incrementar el las visitas hacia tu página web, fidelizar clientes y mejorar el posicionamiento en Google. Un blog aumenta el tráfico hacia una página web de dos formas:

Tráfico desde buscadores (Google): Si escribes artículos de calidad sobre algún determinado tema, estos comenzarán a posicionar bien en Google, lo cual generará y aumentará el tráfico hacia tu artículo y por lo tanto a tu página web.

Tráfico directo a tu blog: Si el contenido del blog es interesante y relevante para tus lectores, ellos volverán a visitarlo en busca de más información, lo que también puede aumentar el tráfico a las otras páginas de tu sitio web. Para lograr generar más visitas a tu página web teniendo un blog en ésta, es fundamental publicar contenido de calidad y además optimizar el texto que publicas.

- **Palabras claves:** Antes de escribir un artículo se debe definir el tema y las palabras claves por las que queremos que se posicione en Google. El tema seleccionado tiene que estar relacionado con tu negocio o con tu industria y debe implicar un beneficio o un valor agregado para el lector.

Por ejemplo, si tu negocio vende productos de belleza, los artículos pueden ser sobre el cuidado de la piel, los efectos dañinos del Sol, las propiedades del Aloe vera, sobre máscaras para dormir, limpiezas faciales, tendencias, moda, maquillaje, etc.

Definido el tema debemos establecer las palabras claves más idóneas para ese artículo. Así, si el contenido es sobre “el cuidado de la piel”, podemos utilizar la herramienta de Google para buscar palabras clave y ver cuáles son las palabras asociadas a este tema que más utilizan los usuarios para realizar sus búsquedas.

Hicimos el ejercicio (ver imagen) y los términos más utilizados al respecto son:

Manchas en la cara | Manchas en la piel | Cremas para la piel

En todo caso debemos estudiar bien qué objetivo buscamos con esto, porque si bien estas palabras son las más buscadas, quizás no representen a nuestro público objetivo, porque nuestra empresa, por ejemplo, tal vez no tiene productos contra las manchas. Entonces debemos buscar la palabra o frase más exacta por la que nos queremos posicionar. En este caso podría ser.

Limpieza de la piel | Tratamientos de la piel | Que es el cuidado de la piel

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	CPC aproximado
cuidado de la piel		33.100	1.600	US$0,43

Ir a la página: 1 Mostrar filas: 50 1 - 1 de 1

Ideas de palabras clave (100)

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales	CPC aproximado
cremas		2.240.000	135.000	US$0,21
manchas en la cara		246.000	14.800	US$0,21
manchas de la piel		135.000	8.100	US$0,26
manchas en la piel		135.000	8.100	US$0,23
cremas de la cara		90.500	5.400	US$0,19
cremas de cara		90.500	5.400	US$0,18
cremas piel		90.500	4.400	US$0,20
cremas para la cara		74.000	4.400	US$0,18
aclarar la piel		110.000	4.400	US$0,32
como aclarar la piel		110.000	4.400	US$0,31
piel grasa		60.500	4.400	US$0,19
cremas para la piel		74.000	3.600	US$0,19
crema para la cara		49.500	2.900	US$0,20
acné tratamiento		60.500	2.900	US$0,23
mascarillas para la cara		74.000	2.900	US$0,25

- **Optimización del contenido:** Una vez seleccionadas las palabras claves debemos incorporarlas al contenido o post que vamos a crear en el blog. Esto significa agregar estas palabras unas dos veces cada una y distribuirlas en el comienzo, en el medio y al final del texto de una manera en que no sean forzadas, sino que puedan ser leídas con total naturalidad por el lector. Otra forma de destacar estas palabras es usándolas en negrita (bold).

También es muy importante incorporar una de estas palabras claves en el título del post, lo cual ayudará a que Google identifique el tema del que trata el artículo publicado. Las imágenes también pueden ser optimizadas, usando las palabras o frases clave tanto en el nombre del archivo como en la descripción de la imagen publicada.

Si usas wordpress, baja el plugin **SEO Ultimate** que te ayudará a optimizar tus artículos antes de publicarlos.

- **Llévalos a páginas comerciales:** Un aspecto relevante para rentabilizar las visitas a tu blog de empresa, es que debes tratar de redirigir al usuario al sitio web, ya sea mediante un enlace interno que lo lleve a una página comercial (de productos o servicios) del sitio, o bien, mediante el uso de banners promocionales, los cuales pueden llamar la atención del usuario.

Ahora, para que los usuarios sepan de los artículos o posts que estás publicando en tu blog, puedes realizar una serie de acciones a través de Twitter, Facebook, emailing marketing, newsletter o boletines, etc. con el fin de promocionar tus contenidos.

c) Ventajas de un blog de empresa

Si los contenidos del blog son de calidad y relevantes para los usuarios, es decir si agregan valor, (esto lo mide Google, analizando distintos datos de navegación y tráfico web), aumentará la cantidad de personas que visitarán esos artículos, lo que significará aumentar el tráfico de tu sitio web.

- La creación, edición y administración de contenidos de un blog es muy sencilla.
- Los blogs son compatibles y están integrados a las redes sociales, como Facebook y Twitter, facilitando la creación de enlaces y la interacción con una comunidad de fans, lo que favorece la distribución y masificación de contenidos y de marca.
- Permiten una retroalimentación constante con los usuarios. Podrás saber qué piensan tus potenciales clientes, sus opiniones y gustos.
- Crear y mantener un blog es mucho más económico que un sitio web.
- Son excelentes herramientas para gestionar la reputación corporativa y acercarse a la comunidad.

d) Breves consejos para aumentar el tráfico de un blog

Un buen indicador de que estamos haciendo un buen trabajo publicitando nuestro sitio web es el aumento de tráfico relevante, el que se ve reflejado en un aumento en las visitas que realicen alguna acción (ventas, cotizaciones, llamadas, etc.) dentro de tu página web. Por lo tanto, el blog debe ser capaz no sólo de captar la atención del usuario, sino también de llevarlo al sitio web para que éste realice una conversión.

Cómo atraer más visitas a mi blog:

- Optimizar el blog. Usar títulos descriptivos y claros. Su extensión no debe ser excesivamente corta ni larga. Crear enlaces internos para incentivar la navegación por otros contenidos del blog o del sitio web.

- No duplicar contenido. Sé original, o bien tómate el tiempo de reformular y reescribir otros artículos con nuevos antecedentes o distintos puntos de vista. Además, el contenido debe ser de calidad y relevante para los usuarios, así incentivamos a que ellos lo compartan y lo mencionen en otros blogs o a través de las redes sociales.

- Usar imágenes, videos u otros recursos que puedan enriquecer tus contenidos y llamar la atención de los usuarios.

- Hacer comentarios en otros blogs de temáticas similares. Hazlo periódicamente hasta establecer algún tipo de relación y confianza con el otro sitio.

- Publicar los contenidos de tu blog a través de las redes sociales. No olvides agregar a tu blog los botones sociales, para que terceros los compartan en sus perfiles sociales.

- Cuidar la usabilidad del blog, que su navegación sea clara, lógica y ordenada. La idea es que abra caminos para que los usuarios encuentren contenidos por varías vías, categorías, etiquetas (tags), temas, fechas, etc.

- Definir la periodicidad que más le acomode al negocio y a los usuarios, e intentar mantener la misma frecuencia. Cuando un blog parece estar abandonado, son pocos los visitantes que vuelven.

e) Algunos errores comunes en los blogs

Como hemos visto, mantener un blog es algo relativamente fácil, por lo que empezar a publicar contenidos y distribuirlos en las redes sociales para generar tráfico no toma mucho tiempo. Sin embargo, hay una serie de errores que son muy comunes entre los blogueros y que puede perjudicar tu relación con los lectores o potenciales clientes.

- **No responder a los comentarios** o aportes de los visitantes. Escuchar es el primer paso para la interacción entre las partes. No tiene que ser una respuesta inmediata, pero nunca es bueno dejar pasar más de 24 horas.

- **Falta de tolerancia.** Una de las virtudes de los blogs es que es un lugar donde se pueden encontrar diversas opiniones sobre cualquier tema, por lo tanto, si como administrador del blog censuras, criticas de mala forma o te peleas con un usuario a causa de sus opiniones, estarás dando una muy mala señal a tus seguidores.

- Lo ideal es **aprender a encauzar estar discusiones** bajo un marco de respeto y de valor añadido, ya que toda postura puede significar un aporte para otra persona. Es distinto cuando un usuario ofende o ataca sin justificación, en ese caso la censura e indiferencia está bien aplicada.

- La **moderación excesiva** del blog es negativa. Es necesario buscar un equilibrio, ya que si controlamos en demasía, estaremos desincentivando el aporte y participación de los usuarios, decidiendo arbitrariamente cuáles son los comentarios que aportan valor y cuáles no.

3. Foros

a) Qué es un foro

Los foros son un excelente medio para hacer marketing y generar tráfico relevante. En rigor, son un medio en el que los participantes discuten, opinan y preguntan en línea, interactuando con otros miembros, sobre un determinado tema:

Estos son dos ejemplos de foros especializados:

Equitación: http://www.laequitacion.com/forum.php
Mecánica: http://www.foro.todomecanica.com/

Participando en foros es posible obtener varios beneficios para una empresa:

- Aumentar las visitas de tu sitio web.
- Ser parte de una comunicad que está interesada en un mismo tema.
- Posicionar a tu empresa como líder de opinión en un tema en particular.

Por lo general estos foros son temáticos, por lo tanto, para promocionar tu sitio en un foro, es necesario buscar los mejores (respetados, serios y confiables) y participar en ellos poco a poco, generando confianzas, escuchando sobre lo que hablan, calibrando tus aportes para que no parezca un salón de ventas de tu negocio. Es una práctica que necesita de un tiempo para adaptarse a su forma de funcionar.

Para participar de un foro, debes considerar:

- Que trate de temas relacionados con tu negocio y que cada vez que comentes algo, puedas dejar tu firma, en la cual puedes incorporar la página web de tu empresa (nunca la compartas en los comentarios).
- Que estos foros estén seriamente moderados, para evitar los comentarios spam y que tengan un número significativo de usuarios.

b) Cómo participar en un foro

El primer paso es buscar unos cuantos foros que se relacionen con tu negocio y registrarse con nombre de usuario y clave.

Si no conoces foros, los puede buscar en Google como “directorios foros”, “foros de discusión”, “foro de debate”, etc.

Realiza visitas periódicamente y comenta o contesta especialmente a aquellos usuarios que te respondieron o que hicieron un aporte a tus comentarios. Hazlo siempre de forma profesional, recuerda que el objetivo final es publicitar tu sitio web, por lo tanto comentarios de calidad y relevantes serán muy valorados por los usuarios, que se preguntarán quién o de dónde eres tú.

Si no sabes alguna respuesta, no inventes. Investiga o di derechamente que también tienes esa duda. Sólo intenta siempre resolverla.

4. SEO o Posicionamiento web

a) Qué es SEO

El SEO o posicionamiento web orgánico es la optimización de un sitio web para que éste aparezca bien posicionado en los buscadores web como Google. Esta optimización implica modificar una página web considerando las distintas variables que usa el buscador para posicionar sus resultados.

Ahora, la importancia de estar en Google es que la enorme mayoría de las búsquedas realizadas en internet se realizan a través de este buscador, o que ha llevado a varios expertos a decir que el que no está en Google simplemente no existe. Sin embargo, estar en Google es el primer paso, ya que dentro de las personas que buscan páginas web, más del 90% sólo revisa o considera los resultados de la primera o segunda página, lo que implica que aquellos que no tengan optimizadas sus páginas y se queden rezagados en los resultados perderán gran porcentaje del tráfico web relevante.

¿Cómo puede ayudar esto a promocionar un sitio web? Básicamente porque tener un sitio web bien optimizado permite que éste mejore su posición en Google, lo que se traduce en un aumento en la cantidad de visitas que recibirá.

b) Factores de posicionamiento

Para mejorar el posicionamiento de una página web es necesario saber cuáles son los factores que Google considera. Algunos de estos son:

- **Cantidad y calidad de links hacia un sitio web**. Mientras más relevantes sean tus contenidos, obtendrás mayor cantidad de enlaces. Esto ayudará a mejorar tu posicionamiento web, lo que ayudará a incrementar el tráfico web relevante.

- **Uso de las palabras claves:** Esto es, las frases o palabras por las que quieres aparecer en Google, ya sea considerando el sitio web completo o sólo las frases claves seleccionadas para posicionar cada una de las páginas que conforman dicho sitio. El objetivo no es sólo aparecer en las primeras posiciones frente a una búsqueda, sino además posicionarse por las frases que maximizarán el tráfico hacia tu sitio web.

- **Menciones y enlaces desde las Redes Sociales,** como Facebook. Aquí ocurre lo mismo que con los enlaces externos, y es que cuando los usuarios mencionan tu sitio, tu blog o un contenido tuyo en las redes sociales, se produce un efecto multiplicador importante, el cual incrementa las visitas a tu sitio web.

- **Calidad del sitio y valor de marca.**

- Otros aspectos de las páginas, como el **tiempo de carga** del sitio, la calidad de la URL, reputación del servidor y otros aspectos técnicos.

- **Cantidad de visitas hacia una página** determinada del sitio web.

c) Beneficios del SEO

Tráfico web relevante. Este tráfico es consecuencia de la optimización del sitio respecto al público objetivo, el cual encontrará respuestas a sus necesidades en la medida que la optimización sea la adecuada.

- Funciona 24 horas todos los días de la semana y sin costo, con el objetivo de no perder potenciales visitas a tu sitio web.

- Una vez logrado un buen posicionamiento, generalmente se mantiene por un buen tiempo.

- Estar en los primero lugares de forma natural significa que ofreces una experiencia relevante a los usuarios.

- Al aparecer en estos resultados, algunos usuarios saben que no estás pagando por estar ahí, que de alguna manera y por alguna razón, tu sitio se lo ganó y se lo merece.

Para saber más de SEO descarga la Guía Posicionamiento en Google

5. Marketing viral

a) Qué es el marketing viral

El marketing viral tiene relación con la idea de que cuando se genera algún contenido valiosos para los usuarios de Internet (este puede ser divertido, informativo, noticioso, etc.) los usuarios compartirán y distribuirán dicho contenido fácilmente, propagando mensajes, campañas, promociones e información por toda la red en pocas horas y a un costo casi nulo.

Si bien en un comienzo esta herramienta dependía más que nada de la suerte, en pleno peak del uso de las redes sociales, una estrategia y planificación de marketing viral se ha vuelto cada vez más común y necesaria.

Para que un contenido se convierta en viral debe, al menos:

- Ofrecer valor a los potenciales clientes.
- Facilitar un formato de difusión cómodo, fácil y rápido.
- Apelar a las emociones, motivaciones y comportamientos humanos.
- Ser compatible con las redes sociales. Porqué los usuarios comparten los contenidos:
- Porque el contenido es divertido y disfrutan haciéndolo.
- Para ayudar a otros.
- Para demostrar preocupación por los intereses de otros.
- Para distraerse y dejar de lado sus actuales tareas.

b) Definición de una estrategia viral

Como toda campaña de marketing, la definición de una estrategia viral debe pasar por una serie de pasos.

Objetivos y audiencia: puede ser posicionamiento de marca, aumento de tráfico web, publicidad, promociones, dar a conocer un nuevo producto. Conociendo el objetivo podremos definir el público objetivo que queremos que vea el contenido.

Mensaje: Qué queremos comunicar. Definido esto podemos pasar al siguiente paso.

Formato: Cuál es el medio online idóneo para comunicar el mensaje al público objetivo: video, imagen, infografía, texto, audio, micro sitios, aplicaciones, etc.

Medios: Qué plataforma utilizaremos para propagar el “virus”: Facebook, blogs, Twitter, Youtube, mail, etc.

Seguimiento: Cómo mediremos el éxito de la campaña: cantidad de veces visto, descargas, aumento de clientes, incremento de los contactos por mail, etc.

c) Contenidos virales

- Artículos y noticias:

Por lo general, los artículos novedosos y actuales tienden más a convertirse en un contenido viral. Rara vez uno antiguo toma ese carácter. Lo mismo ocurre cuando el tema es la descarga de una nueva herramienta útil para determinada Industria o una guía paso a paso o un estudio sobre algún tema en particular.

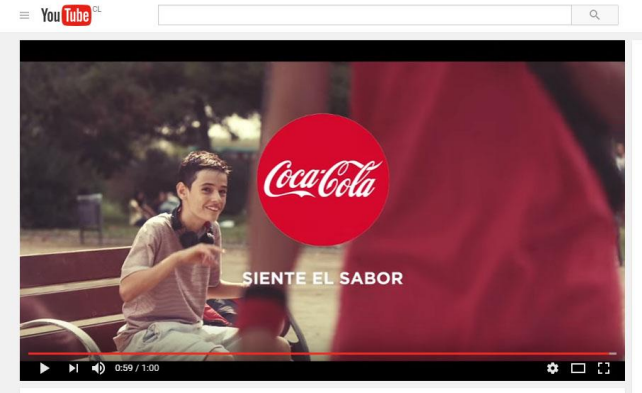
Un beneficio exclusivo también es muy atractivo para los usuarios, quienes tienden a compartirlo con sus amigos y contactos.

- **Videos**

Generalmente, estos videos virales tienen un corte humorístico, inspirador o creativo, y pueden estar hechos a partir de algún programa televisado o de cualquier otra fuente. Uno de los aspecto clave es el tiempo. El video debe ser corto (15, 30 segundos) para mantener la concentración del usuario. Pensemos que muchos videos virales son vistos diariamente en oficinas, mientras la gente trabaja.

Otro aspecto relevante es que en los videos no parezcan anuncios publicitarios, sino que el mensaje debe ir implícito en el video. Actualmente, cuando un video se trasforma en un éxito en internet, incluso lo noticieros de televisión lo transmiten, alcanzando una masificación impensada. Los medios más recomendados para este formato son:

Youtube
Metacafe
Dailymotion
Foros
Vimeo
Facebook y Twitter



- **Ebooks**

Los Ebooks o libros electrónicos son una excelente herramienta para generar marketing viral, entregando valor agregado a los usuarios en la medida que su contenido sea relevante y de interés para ellos. Estos libros electrónicos pueden ser enviados vía correo electrónico a tu base de clientes o contactos de tu página web, pueden ser publicados en el mismo sitio, en un blog y en las redes sociales.

Los ebooks tienen, además, la ventaja de otorgar cierto reconocimiento o autoridad en el tema a la empresa que los ha creado, por eso, el diseño del libro tiene que reflejar los colores corporativos, el logo de la empresa, contar con links para el sitio web y datos de contacto, en caso que algún cliente desee comunicarse con tu empresa.

6) Redes Sociales

a) Qué son las redes sociales

Las redes sociales son estructuras o plataformas que se encuentran en internet, que están conformadas por personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, como amistad, parentesco, intereses comunes, creencias, conocimientos, etc.

Dependiendo del tipo de red social -Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube- es la manera en que los usuarios pueden interactuar.

b) Beneficios de promocionarse en las redes sociales

Canal Adicional: son una vía distinta para estar cerca de tus clientes, además del sitio web.

Fidelización: las redes sociales trasmiten confianza, transparencia y fomentan el diálogo entre personas (no empresa-cliente), lo que genera un vínculo distinto del que podría generar una página web.

Conocimiento de marca: una buena campaña en las redes sociales podría ubicar una marca en el tope de recordación dentro de su público objetivo.

Fuente de enlaces externos a tu sitio web: importante factor de posicionamiento orgánico en Google.

Retroalimentación: Como nunca antes, sabemos lo que nuestros clientes piensan, quieren y sienten de primera fuente.

c) Cómo promocionarse en Facebook

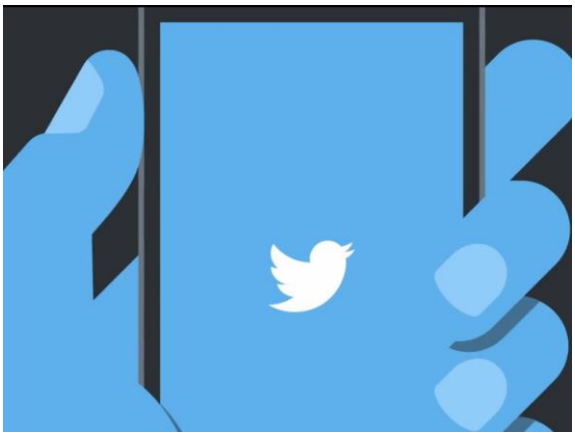
Facebook puede ser utilizado perfectamente como un canal comercial con el objetivo de promocionar una marca, un producto o un servicio; incluso, puede ser utilizado como soporte para una estrategia de marketing viral.

Si queremos dirigir más visitas hacia nuestra página web es necesario tener una fuerte presencia en Facebook y buscar la forma de dirigir a nuestros seguidores hacia nuestra web. Esto lo podemos hacer potenciando las siguientes acciones:

- Crear una página de fans o de negocios.
- Agregar la mayor cantidad de fans o contactos posibles.
- Comenzar a publicar contenidos relevantes en el muro, o bien, enlazar contenidos de tu sitio web o de tu blog en el muro de Facebook. Un contenido relevante puede ser una noticia, una columna de opinión, una imagen, un video, una noticia, una entrevista, cualquier cosa que entregue valor a los usuarios.

Para saber más de Facebook descarga la Guía Cómo usar Facebook para los Negocios

d) Cómo promocionarse en Twitter



Twitter es una de las redes sociales más importantes sin embargo, es una herramienta a la que aún las empresas no han sabido sacarle el máximo provecho, y precisamente, es una de las mejores herramientas para el marketing viral y para generar tráfico web, debido a que sus mensajes se distribuyen rápidamente a una gran cantidad de usuarios.

Cómo incrementar el tráfico web con Twitter

Dirigir los tweets: Es posible que dentro de tus seguidores de twitter haya mucha gente que no es público objetivo de tu negocio, por esto lo mejor es aceptar esta realidad y adaptar el texto de los twiteos para que estos llamen la atención de quienes verdaderamente tienen interés en tus productos. Usa títulos o palabras clave que llamen la atención de tu audiencia relevante.

Cuando twittear: El momento es importante y lo más recomendable es hacerlo dos veces, primero durante la hora de mayor tráfico (más audiencia) y luego, en la hora más baja (permanece a la vista más tiempo). Los posteos en Twitter cambian muy rápido, por lo tanto hay muchos mensajes que se nos pasan, por eso es bueno reiterarlos un par de veces al día.

Las menciones y mensajes: Cuando alguien nombra tu perfil en Twitter (@tuempresa), tu nombre circula a la vista de cientos de usuarios, y si comienzas una conversación con esta persona, tu nombre estará más tiempo promocionando tus twitts, lo que a la larga es un incentivo para aumentar las visitas a tu sitio web.

No todo es promoción: Los twiteros más relevantes son los que generan y entregan valor. No los que solamente publican ofertas, productos o promociones. Ayuda a tus seguidores, publica frases, tips, claves, consejos; estos pueden ayudarte a aumentar el tráfico a tu sitio web.

e) Posicionamiento en Youtube

Youtube es un sitio en el cual es posible subir, ver y compartir videos. Es una alternativa tanto para personas como para empresas que pueden subir sus contenidos y promocionarse para que sean vistos por gran cantidad de personas.

Desde el punto de vista del tráfico web, debemos considerar que YouTube pertenece a Google de manera que los videos que se encuentren en esta plataforma también pueden posicionarse en los resultados de búsqueda, por lo tanto podemos optimizarlos para mejorar el posicionamiento y por ende aumentar el tráfico web:

- Crea una cuenta con el nombre de tu empresa: la opción gratuita permite ingresar los datos de tu empresa. Si no tienes ningún video, no te preocupes, puedes usar los videos de otras personas y publicarlos en tu canal de YouTube.

- Al momento de subir un video a Youtube, el sistema te pedirá las etiquetas o tags del contenido que estás publicando, las cuales deben responder a las palabras claves por las que quieres posicionar ese video.

- También es posible publicar ese video en la página de un sitio web y en el posteo de un blog. En la medida que subas más videos a YouTube, estos comenzarán a estar en mejores posiciones y como consecuencia generarán más tráfico web.

- Al igual que en la publicación de todo contenido, si queremos generar tráfico, los videos deben ser de calidad y relevantes para los usuarios. Esta herramienta no debe asustarnos, hay una serie de maneras de crear videos sin mucha producción, por ejemplo, es posible crear un video didáctico y explicativo a partir de una presentación en Power Point o de una serie de fotos.

- El canal de tu empresa en Youtube puede ser personalizado con una foto, y también podemos participar en distintas comunidades o canales y dejar comentarios relevantes.

- Antes de terminar, recuerda distribuir tu nuevo video en tu perfil de Facebook y Twitter, para que los fans de tu página lo vean y lo compartan con sus contactos, generando otro canal que podría aumentar el tráfico de tu sitio web.

QUIENES SOMOS

Somos especialistas en generar un aumento de las ventas a través de la creación de sitios web profesionales y campañas en Google AdWords, SEO y Redes Sociales. En el año 2014 obtuvimos el premio “Highest Customer Satisfaction Award” (Mayor Nivel de Satisfacción de Clientes) otorgado por Google en San Francisco, California, para el cual competían agencias de toda Latinoamérica.
Desde el año 2009 que estamos dedicados a la creación y administración de campañas de marketing digital. Esta experiencia y el continuo aprendizaje que significa atender a cientos de clientes en Chile, México, Colombia y Perú con resultados exitosos avalan nuestro trabajo.

- Generamos 1.000.000 clicks mensuales repartidos entre todos nuestros clientes.
- 1000 clientes en 4 países (Chile, México, Colombia y Perú).
- 1.300 campañas en AdWords activas.
- Premier Partner de Google.
- Somos un equipo de 35 personas full enfocadas en marketing digital.
- Fuerte enfoque en aumento de Ventas.
- Ejecutivo de cuenta para tu empresa.

TusClicks
MARKETING DIGITAL