

# Unidad 1 – Fundamentos del Marketing Digital

## 1. ¿Qué es el marketing digital?

El marketing digital es el conjunto de estrategias y acciones que utilizan medios y canales digitales para promocionar productos o servicios. Se diferencia del marketing tradicional por usar internet y tecnologías digitales como base para llegar al público objetivo.

## 2. Importancia del marketing digital en la gestión administrativa

- Permite una comunicación directa y personalizada con clientes.
- Facilita la medición y análisis de resultados en tiempo real.
- Es más económico y accesible que muchos métodos tradicionales.
- Ayuda a posicionar la empresa en buscadores y redes sociales.
- Favorece la fidelización y captación de nuevos clientes.

## 3. Canales principales del marketing digital

- **Página web:** Es la carta de presentación y centro de operaciones digitales.
- **Redes sociales:** Plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn o Twitter.
- **Email marketing:** Envío de correos promocionales o informativos.
- **Publicidad online:** Anuncios en Google Ads, Facebook Ads u otros.
- **SEO (Optimización en buscadores):** Técnicas para mejorar la visibilidad en Google.
- **Content marketing:** Creación de contenido relevante para atraer y retener clientes.
- **Marketing de afiliación:** Colaboración con terceros para promocionar productos.
- **Marketing de influencers:** Uso de personas con impacto para dar a conocer marcas.

#### **4. Estrategias básicas del marketing digital**

- Definir objetivos claros y medibles.
- Conocer y segmentar el público objetivo.
- Elegir los canales adecuados.
- Crear contenido de calidad y valor.
- Medir resultados y ajustar las campañas.

#### **5. Marketing digital accesible**

**El marketing digital accesible es el diseño y desarrollo de campañas y contenidos que puedan ser entendidos y utilizados por todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidad.**

**Por qué es importante:**

- El marketing digital suele ser muy visual, con imágenes, videos, colores y gráficos.
- Muchas personas con discapacidad, como las personas con discapacidad visual, auditiva o cognitiva, pueden tener dificultades para acceder a ciertos contenidos si no están diseñados pensando en la accesibilidad.
- Además de ser un derecho, la accesibilidad amplía el alcance del público y mejora la imagen y responsabilidad social de la empresa.

**Buenas prácticas para marketing digital accesible:**

- Usar textos alternativos (alt text) descriptivos en imágenes y gráficos.
- Garantizar que el contraste de colores sea suficiente para personas con baja visión o daltonismo.
- Añadir subtítulos y transcripciones en videos.
- Utilizar tipografías legibles y tamaños adecuados.
- Facilitar la navegación mediante un diseño claro y ordenado.
- Evitar el uso exclusivo de colores para transmitir información (usar también símbolos o texto).
- Comprobar la accesibilidad con herramientas y usuarios reales.

## **6. Herramientas útiles en marketing digital**

- **Google Analytics para analizar tráfico web.**
- **Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer).**
- **Plataformas de email marketing (Mailchimp, Sendinblue).**
- **Herramientas SEO (Semrush, Google Search Console).**

## **7. Ventajas y retos del marketing digital**

### **Ventajas:**

- **Alcance global y segmentado.**
- **Costes más bajos.**
- **Interactividad y feedback instantáneo.**

### **Retos:**

- **Alta competencia.**
- **Necesidad de actualización constante.**
- **Protección de datos y privacidad.**

## **Ejercicios de repaso**

### **Caso práctico:**

**Imagina que tienes una pequeña empresa de servicios y quieres lanzar una campaña en redes sociales para atraer clientes. Describe:**

- **El objetivo principal de la campaña.**
- **El público al que te diriges.**
- **Qué red social usarías y por qué.**
- **Qué tipo de contenido publicarías.**
- **Qué medidas de accesibilidad incluirías para asegurar que todas las personas puedan acceder a tu campaña.**