

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.**