

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	13
1. LOS PRINCIPIOS DEL MARKETING DIGITAL	17
1. El marketing digital: definición y fundamentos	17
1.1. Ventajas e inconvenientes del marketing digital.....	19
1.2. Origen y evolución del marketing digital	23
2. El marketing digital y la transformación de las cuatro P's	26
2.1. Los modelos alternativos a las 4 P's: las 4 C's y las 4 E's.....	29
2.2. Las 4 P's del marketing digital.....	32
3. Marketing <i>online</i> y <i>offline</i> : el concepto de omnicanalidad	33
3.1. La omnicanalidad.....	34
4. Las metodologías del marketing: <i>inbound</i> y <i>outbound</i>	39
5. Recorrido digital del cliente (<i>Digital Customer Journey</i>).....	44
5.1. El embudo de conversión	45
5.2. Los embudos no lineales	50
6. El consumidor digital.....	54
6.1. Tipos de consumidor digital.....	57
6.2. La experiencia del cliente (<i>customer experience</i> o CX)	59

2. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	67
1. Estructura del plan de marketing digital	68
1.1. Resumen ejecutivo	69
1.2. Análisis de la situación.....	71
1.2.1. Análisis interno.....	72
1.2.2. Análisis externo	83
1.2.3. Análisis DAFO (FODA o SWOT)	87
1.3. Objetivos	91
1.4. Estrategias y tácticas	93
1.5. Plan de acción.....	96
1.5.1. Elección de los canales.....	97
1.5.2. Calendarización.....	101
1.5.3. Presupuesto	103
1.6. Medición de resultados.....	104
1.7. Matriz OGSM	107
3. MARKETING DE CONTENIDOS.....	111
1. Tipos de contenido.....	113
1.1. Contenido original	113
1.2. Contenido <i>evergreen</i>	114
1.3. Contenido visual.....	116
1.4. Contenido curado (o <i>curated content</i>)	116
1.5. Contenido reutilizado (<i>repurposed content</i>)	118
1.6. Contenido generado por el usuario (<i>user-generated content</i> o UGC)	119

2. El plan de contenidos.....	121
3. Redacción de contenido persuasivo (<i>copywriting</i>)	128
3.1. La estructura de un texto persuasivo	129
3.2. El <i>storytelling</i> en el marketing de contenidos	133
4. Marketing de contenidos vs. <i>branded content</i>	139
4. EMAIL MARKETING	147
1. Tipos de email marketing	149
1.1. Clasificación según objetivo	149
1.1.1. Emails promocionales.....	149
1.1.2. Emails relacionales.....	151
1.1.3. Emails transaccionales.....	153
1.2. Clasificación según tipo de segmentación	155
1.2.1. Emails masivos (<i>broadcast emails</i>)	155
1.2.2. Emails segmentados.....	157
2. Redacción de emails.....	161
3. El diseño de emails atractivos	167
4. La creación de una campaña de email marketing.....	170
4.1. Las bases de datos	171
4.2. Calendarización y frecuencia	173
4.3. Revisión y lanzamiento.....	174
5. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)	177
1. Las palabras clave.....	189
1.1. Tipos de palabras clave	190

1.1.1. Tipología de palabras clave según extensión	191
1.1.2. Tipología de palabras clave según intencionalidad de búsqueda.....	193
1.2. La elección de palabras clave	194
2. Tipos de SEO	199
3. Técnicas SEO de sombrero blanco.....	202
3.1. SEO <i>on page</i>	203
3.1.1. SEO <i>copywriting</i>	204
3.1.2. SEO técnico	206
3.2. SEO <i>off page</i>	213
4. Estrategia SEO.....	216
6. MARKETING DE REDES SOCIALES.....	221
1. La elección de las redes sociales	226
2. Las redes sociales como herramienta de marketing digital	230
2.1. Optimización de los perfiles	231
2.2. El contenido a publicar	236
2.2.1. Tipología de contenido	237
2.2.2. Estilo comunicativo.....	244
2.2.3. El uso de los <i>hashtags</i>	247
2.3. Interacción activa	248
2.4. El momento de la publicación	252
3. Marketing de <i>influencers</i>	254
3.1. Tipos de <i>influencers</i>	256
3.2. Las campañas de marketing de <i>influencers</i>	258

3.2.1. La elección del <i>influencer</i>	258
3.2.2. El tipo de colaboración	261
3.2.3. El <i>briefing</i> de campaña	263
3.2.4. El contrato	264
3.2.5. El pago	265
7. PUBLICIDAD DIGITAL	269
1. Formatos de publicidad digital	274
1.1. SEM (<i>Search Engine Marketing</i>)	274
1.1.1. Palabras clave en la publicidad SEM.....	276
1.1.2. Estructura de la cuenta	276
1.1.3. Sistema de pago	284
1.2. Publicidad <i>display</i>	287
1.3. Publicidad programática	292
1.4. Publicidad en redes sociales (<i>Social Media Ads</i>).....	297
1.5. Publicidad nativa.....	304
1.6. <i>Remarketing</i>	307
1.7. Anuncios de vídeo	309
1.8. Publicidad en dispositivos móviles.....	311
1.9. Publicidad de afiliación	316
2. Las claves de un anuncio digital eficiente	318
8. INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (KPI'S)	323
1. Elección de los KPI's de marketing digital	326
2. Tipos de KPI's.....	328

2.1. KPI's de marketing de contenidos.....	328
2.2. KPI's de email marketing	329
2.3. KPI's de SEO	330
2.4. KPI's de marketing en redes sociales	332
2.5. KPI's de publicidad digital	334
3. Medición y seguimiento de los KPI's	335
BIBLIOGRAFÍA DEL LIBRO	341