

GUÍA DE DIGITALIZACIÓN

PARA EL COMERCIO DE TERUEL



ASOCIACIÓN PROVINCIAL
COMERCIO TERUEL

 **GOBIERNO
DE ARAGON**



Textos: **Charo Guillen Mateo**

Adaptación y corrección técnica: **Isaac Bolea Aguarón**

Coordinación, diseño y maquetación: **Sephor Consulting Global**

Edita: **Asociación Provincial para el Comercio de Teruel**



La **Asociación Provincial de Comercio de Teruel**, en colaboración con el Gobierno de Aragón, promueve la planificación y desarrollo de iniciativas dirigidas a la innovación y modernización del comercio minorista en la provincia. Su objetivo principal es fomentar la innovación y promover el desarrollo tecnológico de las empresas locales del sector. Estas acciones también buscan garantizar la sostenibilidad de los pequeños comercios y las áreas comerciales tradicionales.

En este contexto, surge esta guía como una herramienta práctica y accesible, diseñada para inspirar y acompañar a los pequeños comercios en su proceso de modernización. Su objetivo es servir como una hoja de ruta que permita a las empresas del sector adaptarse a las demandas de un entorno dinámico y desafiante, aprovechando las oportunidades que ofrecen la innovación y las buenas prácticas.

A través de las estrategias y ejemplos presentados, los comercios podrán mejorar su desempeño, aumentar su resiliencia frente a los cambios y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Además, estas prácticas contribuirán no solo al éxito individual de los comercios, sino también al fortalecimiento del tejido comercial local y al desarrollo económico de la provincia.

Con esta iniciativa, reafirmamos nuestro compromiso con un comercio minorista fuerte, sostenible e innovador, capaz de afrontar los retos actuales y aprovechar las oportunidades del futuro. Invitamos a los comerciantes a hacer uso de esta guía y a sumarse al camino hacia la modernización y la digitalización.

Olga Blasco Alfonso.
Gerente Asociación Provincial de Comercio Teruel.



ÍNDICE

1. Introducción	07
• ¿Por qué digitalizarse?	07
• Objetivos de la guía	08
2. Primeros pasos en la digitalización	11
• Evaluación del estado actual	11
• Creación de un plan de acción	13
3. Desarrollo de un sitio web atractivo	19
• Elección del dominio perfecto	19
• Diseño web que enamora	20
• Optimización para móviles	23
• Ejemplo de una buena página web	26
4. Estrategia de contenido creativo	31
• Blogs que cuentan historias	31
• Videos que enganchan	32
• Infografías que todos quieren compartir	35
• Calendario editorial para no perderse	37
5. SEO: Ser encontrado online	45
• Fundamentos de SEO para principiantes	45
• Herramientas de SEO que parecen mágicas	48
• Técnicas avanzadas para los valientes	50
6. Redes sociales para conectar	55
• ¿Qué red social es tu alma gemela?	56
• Funcionamiento óptimo de las redes sociales para el comercio local.	57
• Creando perfiles atractivos	60



• Contenido interactivo y divertido	61
• Ejemplos de publicaciones exitosas	62
7. Publicidad digital efectiva	67
• Introducción a Google Ads y Facebook Ads	67
• Creando tu primera campaña	69
• Medición y ajuste de campañas	71
8. Email marketing que las personas quieren leer	75
• Herramientas para empezar	75
• Creación de listas de correo no aburridas	77
• Diseño de newsletters que se leen	78
9. Análisis y medición del impacto digital	83
• Herramientas de análisis imprescindibles	83
• Interpretación de datos sin complicaciones	84
• Ajustes basados en inteligencia artificial	86
10. Mantener la seguridad online	89
• Protección básica para tu sitio	89
• Educación de empleados en seguridad digital	90
• Plan de respuesta ante incidentes cibernéticos	92
11. Historias de éxito locales	95
• Entrevistas con comercios que lo han logrado	95
• Lecciones aprendidas	95
12. Recursos y herramientas adicionales	97
• Directorio de recursos útiles	97
• Tutoriales en video recomendados	98
• Libros y guías para seguir aprendiendo	99



1. INTRODUCCIÓN

¿Por qué digitalizarse?

En un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, la digitalización se ha convertido en una necesidad más que en una opción. Para los comercios locales, adaptarse a esta nueva realidad no solo es crucial para sobrevivir, sino también para prosperar en un entorno cada vez más competitivo y conectado. Digitalizarse significa aprovechar la tecnología para mejorar la productividad, la competitividad, la visibilidad, la eficiencia y la relación con los clientes. Por esas razones resulta tan importante para los pequeños y medianos negocios.

Primero, la digitalización amplía el alcance de los comercios locales. No debemos de pensar exclusivamente en la venta online, o en llegar a clientes “lejanos” sino que debemos de pensar en nuestros clientes que nos compran día a día, los cuales ahora mismo se encuentran influenciados por Internet y las redes sociales.

Además, estar presente en el mundo digital permite a los negocios locales competir en igualdad de condiciones con grandes empresas. Plataformas como Google My Business, las redes sociales y los sitios web bien optimizados para motores de búsqueda (SEO) pueden ayudar a que incluso los negocios más pequeños aparezcan en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, aumentando su visibilidad y atrayendo a más clientes potenciales.

La digitalización también mejora la eficiencia operativa en nuestro día a día. Herramientas digitales como los sistemas de gestión de inventarios, las plataformas de comercio electrónico y sistemas de atención al cliente.



Otra ventaja significativa es la posibilidad de obtener datos valiosos sobre los clientes y sus comportamientos. Al utilizar herramientas analíticas, las empresas pueden comprender mejor las preferencias y necesidades de sus clientes, permitiendo personalizar las ofertas y mejorar el servicio al cliente.

Esto no solo ayuda a retener a los clientes existentes, sino que también atrae a nuevos clientes a través de recomendaciones personalizadas y estrategias de marketing dirigidas.

Mediante los medios digitales podemos tener una comunicación más directa y efectiva con los clientes. A través de herramientas como las redes sociales, los blogs y el email marketing, WhatsappApp Businnes las empresas pueden mantener a sus clientes informados sobre nuevas ofertas, eventos y cambios en el negocio. Esta comunicación constante y directa ayuda a construir una relación más sólida y leal con los clientes.

Objetivos de la guía

Esta guía está diseñada para proporcionar a los comercios locales una hoja de ruta clara y práctica para la digitalización.

Entendemos que el proceso puede parecer abrumador, especialmente para aquellos que no están familiarizados con las herramientas y plataformas digitales. Por eso, hemos estructurado esta guía de manera que sea accesible y fácil de seguir, independientemente del nivel de experiencia en tecnología.

Al final de esta guía, esperamos que los negocios locales no solo comprendan



la importancia de digitalizarse, sino que también tengan las herramientas y el conocimiento necesarios para llevar a cabo una tarea.

Los objetivos específicos de esta guía son:

1. **Proporcionar una comprensión clara de la importancia de la digitalización** y cómo puede beneficiarse de los comercios locales.
2. **Ofrecer pasos prácticos y detallados** para evaluar y mejorar la presencia digital actual del negocio.
3. **Enseñar a desarrollar y mantener un sitio web atractivo y funcional** que no solo sirva como una carta de presentación en línea, sino también como una herramienta de venta efectiva.
4. **Crear y gestionar contenido digital relevante y atractivo** que enganche a los clientes y mejore el SEO.
5. **Optimizar la visibilidad online a través de técnicas de SEO y publicidad digital**, asegurando que el negocio sea fácilmente encontrado por los clientes potenciales.
6. **Fomentar la interacción y fidelización del cliente mediante el uso efectivo de redes sociales y email marketing.**
7. **Proporcionar estrategias y herramientas para proteger y asegurar la presencia digital del negocio.**





2. PRIMEROS PASOS EN LA DIGITALIZACIÓN

Evaluación del estado actual

Antes de convertir tu comercio en la nueva estrella digital de Teruel, necesitamos saber dónde estás parado.

Pasos para evaluar tu presencia digital:

1. Auditoría del sitio web:

- **Accesibilidad:** Garantiza que tu sitio web esté siempre disponible y cargue rápidamente.
- **Diseño y usabilidad:** Diseña y estructura tu sitio para que sea fácil de navegar y tenga un diseño atractivo y profesional.
- **Optimización para móviles:** Optimiza tu sitio para que se vea bien y funcione correctamente en dispositivos móviles.
- **Contenido:** Crea contenido relevante, actualizado y útil para los visitantes.

TRUCO



Usa herramientas como **Google PageSpeed Insights** y **Mobile-Friendly Test** para evaluar la velocidad y la optimización móvil de tu sitio web. Piensa en ello como el “chivato” que te dice si tu web está en forma o necesita un empujón.

2. Presencia en redes sociales:

- **Plataformas:** Identifica las redes sociales en las que tienes presencia y asegurar que sean las adecuadas para tu público objetivo.
- **Engagement:** Fomenta una audiencia activa y comprometida, analizando cómo interactúan los seguidores con tus publicaciones.
- **Consistencia:** Publica contenido de manera regular para mantener consistencia y relevancia.

TRUCO



Realiza una **revisión de tus perfiles en redes sociales**. Asegúrate de que tu foto de perfil no sea de cuando la última Expo de Zaragoza (¡renueva, por favor!).

3. SEO (Optimización para Motores de Búsqueda):

- **Visibilidad:** Asegura que tu sitio web aparezca en los resultados de búsqueda para palabras clave relevantes.
- **Backlinks:** Consigue que otros sitios web de calidad enlacen a tu sitio.
- **Contenido SEO:** Optimiza tus páginas con palabras clave adecuadas.

TRUCO



Usa herramientas como **SEMrush** o **Ahrefs** para analizar tu SEO y descubrir oportunidades de mejora. Es como tener un “Sherlock Holmes” digital que encuentra las pistas para que tu negocio suba en Google.



4. Listados Locales:

- **Google My Business:** Registra y verifica tu negocio en Google My Business.
- **Directorios locales:** Aparece en otros directorios locales relevantes como Yelp, TripAdvisor, etc.
- **Reseñas:** Obten reseñas positivas y responde siempre a las reseñas .

TRUCO



Busca tu negocio en **Google** y revisa cómo aparece en los resultados de búsqueda, tanto en la sección de mapas como en los resultados orgánicos. ¿Se ve bonito o necesita un retoque?

Creación de un plan de acción

Este plan te guiará en la implementación de tu estrategia digital, asegurando que todas las tareas necesarias se completen de manera organizada y eficiente. Piensa en ello como preparar una receta: necesitas los ingredientes y los pasos claros para que salga un plato delicioso.

Elementos de un plan de acción efectivo:

1. **Tareas específicas:** Divide tus objetivos en tareas manejables y específicas.



- **Ejemplo:** Si tu objetivo es aumentar las ventas online, una tarea específica podría ser "optimizar las páginas de productos con descripciones detalladas y fotos de alta calidad."
- 2. Asignación de responsabilidades:** Asigna responsables para cada tarea.
 - **Ejemplo:** "El equipo de marketing será responsable de crear contenido para el blog."
 - 3. Recursos necesarios:** Identifica las herramientas, presupuestos y recursos humanos necesarios.
 - 4. Fechas límite:** Establece plazos claros para cada tarea.
 - **Ejemplo:** "La optimización del sitio web debe completarse para el 30 de noviembre."
 - 5. Medición y ajuste:** Define cómo medirás el progreso y cuándo revisarás y ajustarás tu plan.
 - **Ejemplo:** "Revisar las métricas de tráfico web mensualmente y ajustar la estrategia según sea necesario."



Ejemplo de plan de acción: Elementos de un plan de acción efectivo

TAREA	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS	FECHA LÍMITE
Optimizar las páginas de productos	Equipo de marketing	300 € para nuevas fotos	30 de noviembre
Implementar una campaña de Google Ads	Especialista en SEO	100 € presupuesto mensual	15 de diciembre
Crear contenido semanal para el blog	Redactor de contenido	Herramienta de SEO	Continuo
Mejorar el servicio al cliente en redes	Equipo de soporte	Formación en atención al cliente	1 de enero

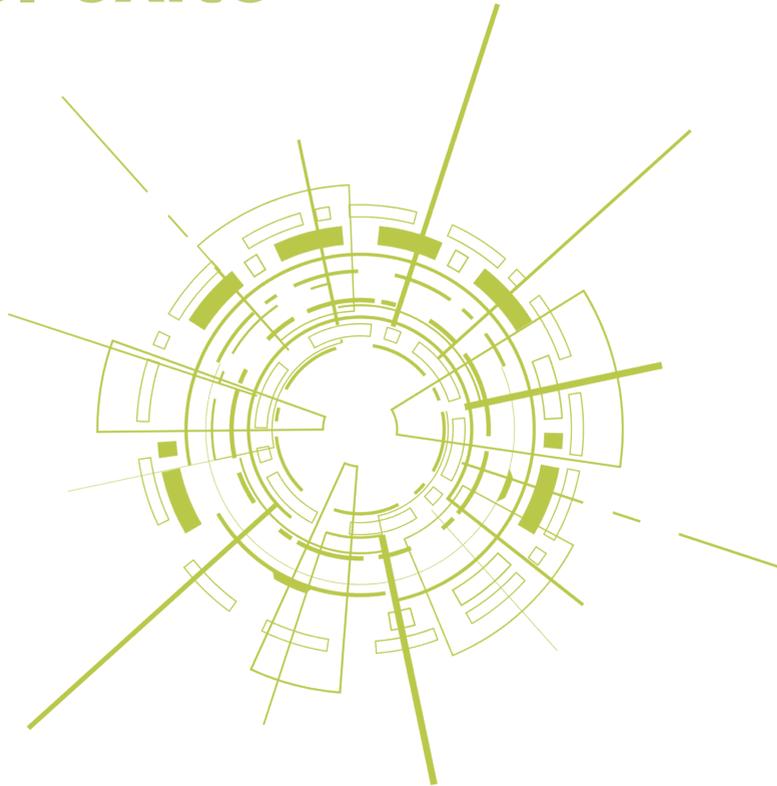
Conclusión

Tomar los primeros pasos en la digitalización de tu comercio local puede parecer un desafío, pero con una evaluación clara del estado actual, y un plan de acción detallado, puedes avanzar con confianza. La clave está en la organización, la medición y la adaptabilidad para ajustar tu estrategia según sea necesario. Recuerda, como en las fiestas de Teruel, ¡La preparación y el trabajo en equipo son la clave para el éxito!





"La preparación y el trabajo en equipo son la clave para el éxito"







3. DESARROLLO DE UN SITIO WEB ATRACTIVO

Elección del dominio perfecto

Elegir el dominio de tu sitio web es como elegir el nombre de tu tienda. Tiene que ser fácil de recordar, relevante y único. Piensa en ello como la primera impresión que le darás a tus clientes online.

Consejos para elegir un buen dominio:

1. Mantenlo corto y dulce: Un dominio corto es más fácil de recordar y de escribir. Evita las palabras complicadas o largas.

- **Ejemplo:** Si tienes una tienda de productos artesanales en Teruel, un buen dominio podría ser "ArtesaniasTeruel.com".

2. Evita números y guiones: Los números y guiones pueden ser confusos y fáciles de olvidar. Mantén el dominio lo más simple posible.

- **Ejemplo incorrecto:** "Productos-123-Teruel.com". ¡Demasiado complicado!

3. Usa palabras clave relevantes: Incluye palabras que describan tu negocio o lo que haces. Esto también ayuda con el SEO.

- **Ejemplo:** "BicicletasTeruel.com" si vendes bicicletas.

4. Verifica la disponibilidad: Usa herramientas como Namecheck para ver si tu dominio deseado está disponible.



TRUCO

¡Cuidado! Algunos **dominios populares** pueden estar ocupados. Ten un par de opciones por si acaso.

5. Extensión del dominio: Las extensiones más comunes son .com, .es, .net, etc. Para un negocio en Teruel, .es podría ser una buena opción.

- **Ejemplo:** “FloristeriaTeruel.es”.
- Te recomendamos que cojas también la .es (a no ser que exclusivamente vayas a hacer negocios internacionales) y el .com para que nadie lo coja en tu nombre, el coste es ridículo y puede resultar útil a la hora de proteger nuestra marca.

6. Como elegir nuestro nombre: Intenta que tu nombre coincida tanto en la web como en redes sociales para el cliente será más sencillo y uniforme; sino acabaremos volviéndole “loco”.

Diseño web que enamora

Un buen diseño web no solo se trata de que sea bonito, sino de que sea funcional y fácil de usar. Queremos que tus visitantes se sientan como en casa y encuentren lo que buscan sin tener que pedir ayuda. **No te compliques la vida, haz las cosas fáciles.**



Elementos clave del diseño web:

1. Navegación sencilla: La navegación debe ser intuitiva. Los visitantes deben encontrar lo que buscan con unos pocos clics.

- **Ejemplo:** Un sitio de una tienda de ropa con categorías claras: Hombres, mujeres, niños, accesorios.

TRUCO



Usa **menús claros** y **sencillos**. Evita submenús interminables.

2. Diseño visual atractivo: Usa colores y fuentes que reflejen la personalidad de tu marca.

- **Ejemplo:** Una pastelería podría usar colores pastel y una fuente cursiva para dar una sensación acogedora.

TRUCO



No uses más de tres tipos de letra diferentes. Esto no es una feria de tipografías.

3. Imágenes de alta calidad: Las imágenes de alta calidad hacen que tu sitio se vea profesional y atractivo.

- **Ejemplo:** Fotos de productos en alta resolución, mostrando detalles y variaciones.



TRUCO

Usa **fotos propias** en lugar de imágenes de stock siempre que sea posible.

4. Llamadas a la Acción Claras (CTA): Los botones y enlaces que invitan a los visitantes a realizar una acción deben ser visibles y atractivos.

- **Ejemplo:** “Compra Ahora”, “Regístrate”, “Contacta con Nosotros”.



TRUCO

Usa **colores contrastantes** para que los CTAs destaquen.

5. Diseño Responsivo: Asegúrate de que tu sitio web se vea bien en todos los dispositivos, desde ordenadores de escritorio hasta móviles.

- **Ejemplo:** Un sitio web que ajusta automáticamente el tamaño de las imágenes y la disposición del contenido según el dispositivo.



TRUCO

Usa una **plantilla o tema responsivo** desde el principio.



Conclusión

Menos es más no te vuelvas loco. Las cosas sencillas son las que realmente funcionan...

Optimización para móviles

El 60% de las visitas que tendremos en nuestra web serán desde el teléfono. Con más personas navegando desde sus teléfonos que nunca, tener un sitio web optimizado para móviles es crucial. No queremos que tus clientes tengan que hacer zoom con los dedos para leer tu contenido. Asegurarse de que tu página se abre bien en todos exploradores (Safari, Google..)

Beneficios de un sitio web móvil optimizado:

1. Mejor experiencia de usuario: Facilita la navegación y reduce la tasa de rebote. Los usuarios son más propensos a quedarse y explorar si el sitio es fácil de usar.

TRUCO



Asegúrate de que los botones **sean lo suficientemente grandes** para tocar con facilidad.

2. Mayor alcance: Atrae a usuarios que prefieren navegar desde sus dispositivos móviles.

TRUCO



Imagina a alguien tratando de comprar desde su móvil mientras está en una fila. **No quieren complicaciones.**

3. SEO: Google favorece los sitios móviles en sus resultados de búsqueda. Un sitio optimizado para móviles puede mejorar tu clasificación.

- **Ejemplo:** Usa herramientas como Google Mobile-Friendly Test para verificar que tu sitio esté optimizado.

Consejos para optimizar tu sitio para móviles:

1. Diseño responsivo: Usa una plantilla o tema que ajuste automáticamente el contenido al tamaño de la pantalla.

- **Ejemplo:** Plantillas de WordPress como "Astra".

2. Optimización de imágenes: Comprime las imágenes para reducir los tiempos de carga sin sacrificar la calidad, nunca uses las imágenes como salen de tu cámara o de tu móvil.



TRUCO



Herramientas como **TinyPNG**, **ImageOptim**, **JPEGMni** o herramientas de **compresión de imágenes online**, pueden ayudarte.

3. Simplificación del contenido: Mantén el contenido claro y conciso. Los usuarios móviles prefieren leer menos texto.

TRUCO



Usa **listas** y **párrafos cortos**.

4. Velocidad de carga: Los usuarios móviles son impacientes. Asegúrate de que tu sitio cargue rápidamente.

- **Ejemplo:** Usa Google PageSpeed Insights para identificar y corregir problemas de velocidad.

5. Facilidad de navegación: Asegúrate de que los menús sean fáciles de usar en dispositivos táctiles.

TRUCO



Usa **menús desplegables** simples y botones grandes.

Ejemplo de una buena página web

Para ayudarte a visualizar cómo debería lucir tu sitio web, aquí tienes un ejemplo de una página bien diseñada y optimizada para todos los dispositivos.

Características de una buena página web:

1. Página de inicio: teléfono y mail visible en la portada.

- **Imagen de alta calidad:** Una imagen principal atractiva que capte la atención.
- **Mensaje claro:** Un mensaje de bienvenida que explique rápidamente qué ofreces.
- **Llamadas a la acción (CTA):** Botones visibles como “Compra ahora” o “Descubre más”.

2. Página de productos/servicios:

- **Fotos de producto:** Imágenes de alta resolución de los productos desde diferentes ángulos.
- **Mensaje claro:** Un mensaje de bienvenida que explique rápidamente qué ofreces.

3. Página de contacto:

- **Formulario de contacto:** Fácil de usar y accesible.
- **Información de contacto:** Dirección, teléfono y correo electrónico.
- **Mapa integrado:** Ubicación de la tienda física para facilitar la visita.



4. Blog:

- **Artículos informativos:** Publicaciones regulares sobre temas relevantes para tu audiencia.
- **Comentarios:** Permitir a los usuarios interactuar y dejar comentarios.
- **Compartir en redes sociales:** Botones para compartir artículos en redes sociales.

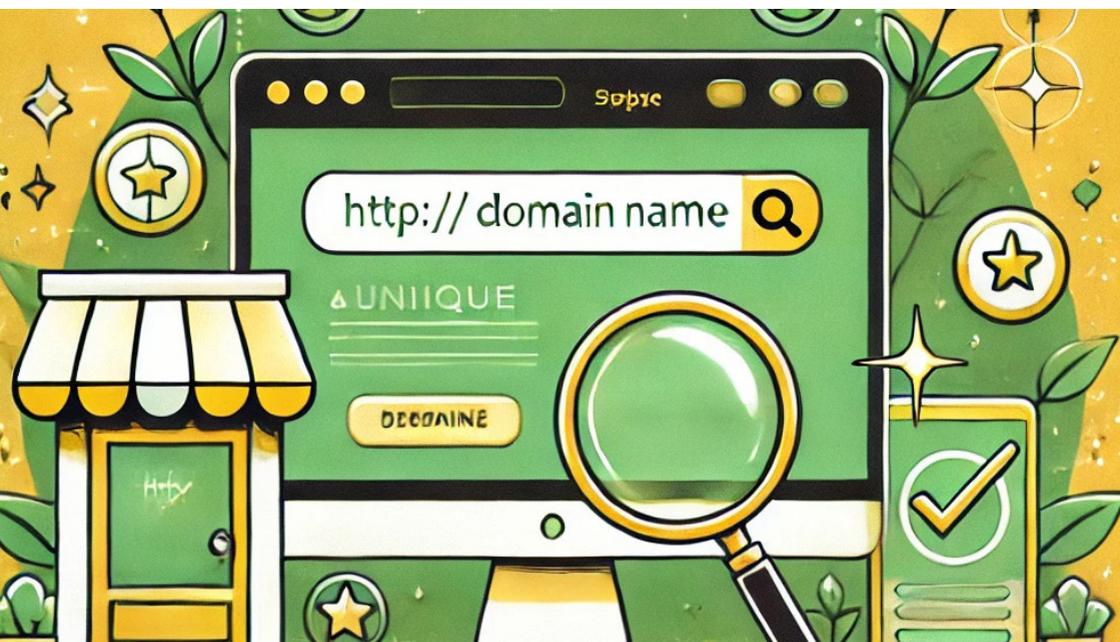
5. Página de acerca de nosotros:

- **Historia del negocio:** Un relato sobre cómo empezó y cuál es tu misión.
- **Fotos del equipo:** Imágenes del equipo para dar un toque personal.
- **Valores y compromisos:** Información sobre tus valores y lo que te diferencia.

Ejemplo: Imagina una tienda de bicicletas en Teruel. La página de inicio tiene una imagen espectacular de un ciclista en el paisaje de Teruel con el mensaje “Descubre las mejores bicicletas para cada aventura”. Los CTAs invitan a “Ver catálogo” o “Visitar tienda”.

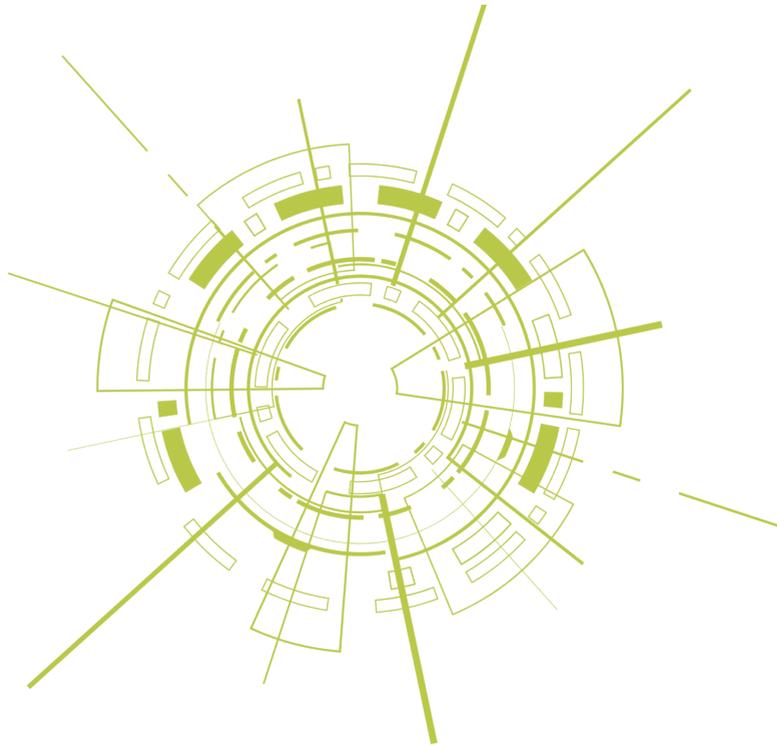
Conclusión

Desarrollar un sitio web atractivo es esencial para cualquier comercio local que quiera tener éxito en el mundo digital. Desde la elección del dominio perfecto hasta el diseño visual y la optimización para móviles, cada paso es crucial para asegurar que tu sitio no solo funcione bien, sino que también deje una impresión duradera en tus visitantes. Recuerda, tu sitio web es tu escaparate digital, ¡Haz que brille tanto como los escaparates de la provincia de Teruel!





"Haz que brille tanto como los escaparates de la provincia de Teruel"







4. ESTRATEGIA DE CONTENIDO CREATIVO

Blogs que cuentan historias

La magia de los blogs

Un blog es una herramienta digital en la que puedes publicar contenido de forma regular, como artículos, consejos, noticias o historias relacionadas con tu negocio. Funciona como una especie de “diario online” donde compartes información útil o interesante para tu público, que te ayuda a atraer clientes y mejorar tu visibilidad en Internet. Es una buena manera para conectar con tus clientes, responder a sus preguntas y mostrar tu experiencia en tu sector.

Un blog bien escrito puede ser una poderosa herramienta para atraer tráfico a tu sitio web y establecerte como un experto en tu campo. Además, los blogs te permiten conectar con tu audiencia de manera más personal y auténtica.

Consejos para escribir blogs atractivos:

1. Sé auténtico y personal: Comparte historias reales de tu negocio, como la historia de cómo empezó o anécdotas de tus clientes.

- **Ejemplo:** “Cómo la tienda de bicicletas XYZ de Teruel ayudó a una familia a disfrutar de la naturaleza juntos”.

2. Usa imágenes y videos: Los blogs con contenido multimedia son más atractivos y fáciles de leer.

TRUCO



Incluye fotos de alta calidad y videos cortos relacionados con el **tema del blog**.

3. Publica regularmente: La consistencia es clave. Establece un calendario de publicación y síguelo.

TRUCO



Empieza con **una vez por semana** y ajusta según la respuesta de tu audiencia.

4. Optimiza para SEO: Usa palabras clave relevantes y asegúrate de que tu contenido esté optimizado para motores de búsqueda.

- **Ejemplo:** Si escribes sobre rutas ciclistas en Teruel, usa palabras clave como “mejores rutas ciclistas en Teruel”.

5. Incluye llamadas a la acción (CTA): Invita a tus lectores a realizar una acción específica, como suscribirse a tu boletín o dejar un comentario.

- **Ejemplo:** “¿Te gustó nuestra historia? Suscríbete a nuestro boletín para más relatos inspiradores y ofertas exclusivas.”

Videos que enganchan

El vídeo se ha convertido en una gran herramienta de comunicación, combina imagen, sonido y emoción, haciendo que sea muy efectivo a la hora de transmitir un mensaje. Además es fácil y cómodo de consumir.

¿Dónde podemos usar los vídeos?



1. Redes sociales: Plataformas como Instagram, Facebook, Tik-Tok o Youtube son un buen escaparate de nuestros productos y servicios.

2. En nuestra web: Si tenemos web, videos con demostraciones, tutoriales o simplemente enseñando nuestras instalaciones atraen más clientes.

3. Correos electrónicos: Que enviamos a nuestros clientes.

4. En campañas de publicidad online.

Tipos de videos que puedes crear:

1. Tutoriales y guías: Muestra cómo usar tus productos o servicios.

- **Ejemplo:** "Cómo reparar una bicicleta de montaña - guía paso a paso".

2. Detrás de cámaras: Da un vistazo a lo que sucede en tu negocio.

- **Ejemplo:** "Un día en la vida de una tienda de bicicletas en Teruel".

3. Testimonios de clientes: Comparte las experiencias y opiniones de tus clientes.

- **Ejemplo:** "Cómo las bicicletas XYZ cambiaron mi vida - testimonio de María".

4. Presentaciones de productos: Muestra los detalles y beneficios de tus productos.

- **Ejemplo:** "Conoce la nueva bicicleta eléctrica de XYZ - innovación y comodidad".



Consejos para crear videos atractivos:

1. Mantén los videos cortos: La atención en línea es corta, así que mantén tus videos entre 1-2 minutos.

TRUCO



Piensa en tus videos como un **"tráiler"** de tu negocio.

2. Usa buena iluminación y sonido: La calidad del video es importante. Asegúrate de tener buena iluminación y un sonido claro.

TRUCO



Hazte con un **micrófono** y **pequeño foco**. Tus vídeos lo van a notar.

3. Sé auténtico y natural: No necesitas un estudio de Hollywood. Sé tú mismo y muestra la personalidad de tu negocio.

4. Incluye subtítulos: Muchas personas ven videos sin sonido, así que los subtítulos pueden aumentar la accesibilidad.

TRUCO



Herramientas fáciles como **Kapwing** o **Zubtitle** pueden ayudarte a añadir subtítulos fácilmente.



Infografías que todos quieren compartir

Algunas veces el contenido del que disponemos no sirve para hacer un vídeo, en ese momento las infografías son una buena manera de transmitir nuestros contenidos.

Una **infografía** es una representación visual que combina imágenes, gráficos y texto para explicar información de manera clara, sencilla y atractiva. Son ideales para resumir datos, procesos o conceptos de forma que sean fáciles de entender y recordar.

Imagina que tienes una carnicería y quieres explicar las diferencias entre los tipos de cortes de carne. En lugar de un texto largo, creas una infografía con un dibujo de una vaca, señalando las partes y explicando para qué se usa cada corte. Es visual, directa y fácil de compartir.

La eficacia de las infografías

Las infografías pueden hacer que la información compleja sea fácil de entender y atractiva. Son perfectas para compartir en redes sociales y pueden ayudar a aumentar tu visibilidad y engagement.

Consejos para crear infografías efectivas:

1. Mantén el diseño simple y claro: Usa colores contrastantes y un diseño limpio para que la información sea fácil de seguir.

- **Ejemplo:** "Beneficios de andar en bicicleta - una guía visual".

2. Usa datos relevantes: Incluye estadísticas y datos que sean útiles y relevantes para tu audiencia.

TRUCO



Asegúrate de que **tus fuentes** sean confiables.

3. Cuenta una historia: Organiza la información de manera que cuente una historia lógica y coherente.

TRUCO



Piensa en tu **infografía** como un cómic informativo.

4. Incluye tu marca: Añade tu logotipo y los colores de tu marca para aumentar el reconocimiento.

- **Ejemplo:** Una infografía sobre “Las mejores rutas ciclistas en Teruel” con tu logotipo en la parte inferior.

5. Facilita el compartir: Asegúrate de que sea fácil para los usuarios compartir tu infografía en redes sociales.

TRUCO



Añade **botones** de compartir y un enlace directo para descargar.



¿Por qué usar infografías?

Las infografías pueden hacer que la información compleja sea fácil de entender y atractiva. Son perfectas para compartir en redes sociales y pueden ayudar a aumentar tu visibilidad y engagement.

1. Visual y atractivo: Las personas procesan imágenes más rápido que el texto, así que una buena infografía capta la atención al instante.

2. Facilita la comprensión: Ayudan a explicar ideas complejas de manera más sencilla.

3. Alta tasa de compartición: Las infografías son fáciles de compartir, lo que amplía tu alcance en redes sociales.

4. Refuerzan tu marca: Una infografía bien diseñada refleja profesionalismo y conocimiento, lo que mejora la percepción de tu negocio.

Calendario editorial para no perderse

Imagina que cuando vas por la mañana al kiosco (si todavía lo haces) a comprar el periódico éste no hubiera sido publicado, o si cuando pones la televisión a las hora de comer no pudieses saber las noticias, o peor aún si vas a tu restaurante a comer y no hay colgado el menú del día. Nos guste o no, muchas veces queremos ver las publicaciones y la información en un determinado momento.

Un calendario editorial es una herramienta que organiza y planifica la publicación de contenidos en Internet. Funciona como una guía que te permite saber qué, cuándo y dónde publicar, asegurando consistencia y relevancia en tu comunicación.



Es especialmente útil para los comercios porque facilita el manejo de campañas, promociones y temas estacionales.

Razones por la que tener un calendario editorial:

1. Organización: Saber qué contenido publicar y cuándo reduce la improvisación, ahorra tiempo y evita olvidos importantes.

2. Consistencia en la comunicación: Publicar regularmente refuerza tu presencia en internet, mantiene a tu audiencia interesada y comprometida.

3. Mejor planificación de campañas: Nos permite coordinar contenido con fechas clave como promociones, festividades o eventos de tu sector, Navidades, Día el Padre.

4. Variedad y equilibrio: Ver lo que vamos a publicar nos ayuda a que seamos más variados.

5. Optimización del tiempo: Planificando con tiempo, puedes preparar contenido en bloque, ahorrando tiempo y esfuerzo.

6. Comprobar y medir resultados: Con un calendario, puedes evaluar qué publicaciones funcionan mejor y ajustar tus estrategias en el futuro.

Cómo crear un calendario editorial:

1. Define tus objetivos: Clarifica qué quieres lograr con tu contenido.

- **Ejemplo:** Aumentar el tráfico del sitio web, mejorar el engagement en redes sociales, etc.



2. Identifica a tu audiencia: Conoce a tu audiencia y sus intereses para crear contenido relevante.

TRUCO



Usa **datos demográficos** y **comportamientos** para segmentar tu audiencia.

3. Selecciona tus temas: Elige temas que sean relevantes y atractivos para tu audiencia.

- **Ejemplo:** “Cómo elegir la bicicleta perfecta”, “Mantenimiento de bicicletas para principiantes”, etc.

4. Establece un horario de publicación: Decide con qué frecuencia publicarás contenido.

TRUCO



Publica blogs una vez por semana, videos **dos veces al mes** y actualizaciones **diarias** en redes sociales.

5. Usa herramientas de gestión de contenido: Herramientas como Trello, Asana o Google Calendar pueden ayudarte a mantenerte organizado.

TRUCO



Crea un **calendario visual** con fechas y tareas específicas.



Ejemplo de Calendario Editorial:

DÍA	CONTENIDO	PLATAFORMA
Lunes	Publicación de consejos de mantenimiento de bicicletas	Blog
Martes	Foto de producto destacado con descripción	Instagram
Miércoles	Video tutorial sobre cómo ajustar frenos	YouTube
Jueves	Infografía sobre beneficios del ciclismo	Facebook
Viernes	Historia de éxito de un cliente	Blog
Sábado	Publicación sobre eventos locales de ciclismo	Twitter
Domingo	Reflexiones y participación de la comunidad	Blog y redes sociales



TRUCO



Revise y ajuste tu calendario cada mes según el rendimiento del contenido y los comentarios de la audiencia.

Conclusión

La creación de contenido creativo y atractivo es crucial para mantener a tu audiencia comprometida y hacer que tu comercio local destaque en el mundo digital. Desde blogs que cuentan historias hasta videos que enganchan, infografías que todos quieren compartir y un calendario editorial bien planificado, cada elemento contribuye a una estrategia de contenido exitosa. Recuerda, la clave está en la consistencia, la calidad y la autenticidad. ¡Haz que tu contenido brille tanto como las estrellas en el cielo de Teruel!





TRUCO



En la **web de e-calendar** tienes plantillas de calendarios vacías para ver ejemplos y rellenar, hay también guías de calendarios editoriales en webs de personas relevantes en internet como Vilma Núñez.







5. SEO: SER ENCONTRADO ONLINE

El SEO (Search Engine Optimization), o posicionamiento en buscadores, es lo que te permite que tu negocio aparezca en los primeros resultados de Google cuando alguien busca algo relacionado con tus productos o servicios.

El 75% de los usuarios no mira más allá de la primera página de resultados de Google. Esto significa que, si no estás ahí, tu negocio será invisible para la mayoría.

Fundamentos de SEO para principiantes

Si tu tienda de bicicletas en Teruel no aparece cuando alguien busca “bicicletas en Teruel”, tenemos un problema. Pero no te preocupes, vamos a solucionarlo.

Qué es el SEO y por qué es importante

El SEO implica una serie de prácticas que ayudan a que tu sitio web sea más visible en los motores de búsqueda. Cuanto mejor optimizado esté tu sitio, más alto aparecerá en los resultados de búsqueda, lo que significa más tráfico y, potencialmente, más ventas.

TRUCO



Piensa en **Google** como en el DJ de la fiesta más grande del mundo. Quieres que ponga tu canción (tu sitio web) para que todos bailen (visiten tu página).



Elementos clave del SEO On-Page:

1. Palabras clave: Son los términos que las personas escriben en Google para encontrar lo que buscan.

- **Ejemplo:** Para una tienda de bicicletas, algunas palabras clave podrían ser "bicicletas de montaña en Teruel", "bicicletas eléctricas Teruel", etc.

2. Títulos de página (Title Tags): Son los términos que las personas escriben en Google para encontrar lo que buscan.

TRUCO



Asegúrate de que cada página tenga un **título único** que incluya las palabras clave principales.

3. Meta descripciones: Son breves descripciones que aparecen bajo el título de tu página en los resultados de búsqueda.

TRUCO



Incluye una **llamada a la acción** y **palabras clave** relevantes.

4. Encabezados (H1, H2, H3): Utiliza los encabezados para estructurar tu contenido.

- **Ejemplo:** El H1 debe ser el título principal de la página, H2 para subtemas y H3 para detalles adicionales.



5. Contenido de calidad: El contenido debe ser relevante, útil y bien escrito.

TRUCO



Escribe para tus lectores, no para los motores de búsqueda. **Google premia el contenido que aporta valor.**

6. URLs amigables: Las URLs deben ser cortas y descriptivas.

- **Ejemplo:** "tuweb.com/bicicletas-de-montana" es mejor que "tuweb.com/producto123".

Elementos clave del SEO Off-Page:

1. Backlinks: Los backlinks son enlaces de otros sitios web que apuntan al tuyo.

TRUCO



Piensa en los **backlinks** como en los votos de popularidad en el instituto. Cuantos más tengas (y de sitios respetables), mejor.

2. Redes sociales: Aunque no afectan directamente al SEO, tener una presencia activa en redes sociales puede aumentar el tráfico a tu sitio web.

- **Ejemplo:** Comparte enlaces a tus blogs y productos en tus perfiles de redes sociales.

3. Listados locales: Asegúrate de que tu negocio esté listado en directorios locales y en Google My Business.



TRUCO

Mantén tu **información actualizada** y **responde a las reseñas** de los clientes.

Herramientas de SEO que parecen mágicas

Para hacer SEO de manera efectiva, necesitas algunas herramientas que te ayuden a analizar y optimizar tu sitio web. Aquí te dejo algunas de las mejores (y mágicas) herramientas de SEO.

Google Analytics

Google Analytics es una herramienta esencial para cualquier estrategia de SEO. Te proporciona datos detallados sobre el tráfico de tu sitio web, incluyendo de dónde vienen tus visitantes, qué páginas visitan y cuánto tiempo pasan en tu sitio.



TRUCO

Configura objetivos en **Google Analytics** para medir conversiones como ventas, suscripciones o descargas.

Google Search Console

Google Search Console te permite monitorear y mantener tu presencia en los



resultados de búsqueda de Google. Puedes ver qué términos de búsqueda llevan a los usuarios a tu sitio y detectar problemas técnicos.

TRUCO



Usa **Google Search Console** para enviar un mapa del sitio (sitemap) y asegurarte de que todas tus páginas estén indexadas.

SEMrush

SEMrush es una herramienta avanzada que ofrece análisis de palabras clave, auditorías de sitios y seguimiento de posiciones. Es ideal para quienes buscan llevar su SEO al siguiente nivel.

TRUCO



Usa **SEMrush** para realizar una auditoría de tu sitio web y encontrar áreas que necesitan mejora.

Moz

Moz ofrece herramientas para la investigación de palabras clave, análisis de enlaces y auditorías de sitios. También proporciona una barra de herramientas que puedes instalar en tu navegador para ver datos SEO de cualquier sitio web que visites.



TRUCO

Usa la barra de herramientas de **Moz** para analizar la competencia y descubrir oportunidades de mejora.

Técnicas avanzadas para los valientes

Una vez que domines los fundamentos del SEO, es hora de pasar a técnicas más avanzadas. Aquí es donde las cosas se ponen realmente emocionantes (y un poco desafiantes).

Optimización de la velocidad del sitio

La velocidad del sitio es un factor crucial para el SEO y la experiencia del usuario. Los sitios web lentos pueden llevar a una alta tasa de rebote y afectar negativamente tu clasificación en los motores de búsqueda.

Consejos para optimizar tu sitio para móviles:

- 1. Optimiza imágenes:** Usa formatos de imagen comprimidos y ajusta el tamaño.
- 2. Usa un CDN:** Una red de entrega de contenido puede acelerar la carga de tu sitio.
- 3. Minimiza CSS y Javascript:** Elimina código innecesario y combina archivos para reducir solicitudes HTTP.



Arquitectura de la información

Una buena arquitectura de la información ayuda a los motores de búsqueda a entender la estructura de tu sitio web y a los usuarios a encontrar fácilmente lo que buscan.

Elementos clave:

- 1. Estructura de URL:** Debe ser simple y reflejar la jerarquía del contenido.
- 2. Mapa del sitio:** Facilita la navegación tanto para usuarios como para motores de búsqueda.
- 3. Enlaces internos:** Ayudan a distribuir la autoridad de la página y a mejorar la indexación.
 - **Ejemplo:** Estructura tu sitio web con categorías y subcategorías claras. Por ejemplo, si vendes ropa, organiza tu contenido en categorías como "Hombres", "Mujeres", "Niños" y subcategorías como "Ropa deportiva", "Accesorios", etc.

Link building

Los enlaces entrantes (backlinks) son uno de los factores más importantes del SEO Off-Page. Un enlace de un sitio web relevante y de alta autoridad puede mejorar significativamente tu clasificación en los motores de búsqueda.

Estrategias para conseguir Backlinks:

- 1. Guest blogging:** Escribe artículos para otros blogs relevantes en tu industria.

2. Infografías: Crea infografías útiles y compártelas con otros sitios para que las utilicen, solicitando un enlace a cambio.

3. Relaciones públicas digitales: Envía comunicados de prensa sobre eventos o lanzamientos importantes en tu negocio.



TRUCO

Enfócate en la **calidad de los enlaces** en lugar de la cantidad. Un enlace de un sitio relevante y de alta autoridad vale más que muchos enlaces de sitios de baja calidad.

Conclusión

El SEO es una estrategia esencial para cualquier negocio que quiera ser encontrado en línea. Al seguir los fundamentos del SEO, utilizar herramientas efectivas y aplicar técnicas avanzadas, puedes mejorar significativamente la visibilidad de tu sitio web y atraer más tráfico relevante.



TRUCO

La **paciencia** y la **consistencia** son clave en el SEO. Los resultados pueden tardar en aparecer, pero el esfuerzo constante será recompensado con un flujo de tráfico constante y de alta calidad.







6. REDES SOCIALES PARA CONECTAR

Las redes sociales son un lugar en internet donde conectan a personas, negocios y comunidades en línea, permitiendo compartir contenido como texto, imágenes, videos y enlaces. Hoy en día, no nos sirven solo para socializar o entretenerse; se han convertido en potentes herramientas de negocio, con personas como tú y como yo que las utilizan para informarse, buscar recomendaciones y tomar decisiones de compra.

En el 2025 podemos decir de las redes sociales que:

1. Existen más de **5.220 millones de usuarios activos** en redes sociales, lo que significa que más de la mitad de la población mundial está en ellas.

2. Plataformas como **Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp** no solo conectan personas, sino que son verdaderos escaparates comerciales.

3. El **comercio social** (compras directamente desde las redes) es una tendencia en auge. Por ejemplo, en Instagram y TikTok, los usuarios pueden descubrir productos y comprarlos sin salir de la aplicación.

4. **La confianza en negocios locales** está creciendo en redes, ya que las personas buscan contenido auténtico, como recomendaciones, historias y experiencias reales.

Hay mucha gente que continúa pensando que las redes sociales son solo para entretenimiento o chismes, pero esa percepción está cambiando rápidamente. Hoy, más que un lugar de ocio, son mercados dinámicos donde las personas buscan soluciones, consejos y productos.

Negocios como panaderías, peluquerías, carnicerías o talleres mecánicos han encontrado en las redes sociales una plataforma para crecer y destacar frente a su competencia.

¿Qué red social es tu alma gemela?

No todas las redes sociales son iguales, y no todas son adecuadas para tu negocio. Es importante identificar cuál plataforma resuena más con tu audiencia objetivo.

Conociendo las redes sociales:

1. Facebook: Ideal para llegar a una audiencia amplia y diversa.

- **Ejemplo:** Una tienda de productos para el hogar en Teruel podría usar Facebook para compartir ofertas y eventos locales.

2. Instagram: Perfecto para negocios que pueden mostrar productos visualmente atractivos.

- **Ejemplo:** Una boutique de moda podría usar Instagram para mostrar sus últimas colecciones.

3. WhatsApp: Ideal para comunicación directa y rápida con tus clientes.

- **Ejemplo:** Una cafetería local puede usar WhatsApp para enviar menús diarios, aceptar reservas o pedidos para recoger, y compartir promociones exclusivas con sus clientes habituales, generando cercanía y confianza.



TRUCO

Utiliza **listas de difusión** para enviar mensajes personalizados a varios clientes al mismo tiempo sin crear un grupo.



4. LinkedIn: Crucial para negocios B2B y para establecer redes profesionales.

- **Ejemplo:** Una agencia de marketing digital en Teruel podría usar LinkedIn para compartir casos de estudio y conectar con clientes potenciales.

5. TikTok: Ideal para llegar a una audiencia joven con contenido creativo y divertido.

- **Ejemplo:** Una tienda de juguetes podría crear videos divertidos mostrando sus productos en acción.

TRUCO



¡Piensa en las **redes sociales** como diferentes tipos de fiestas! Facebook es la reunión familiar, Instagram es la gala de moda, Twitter es la conferencia de prensa, LinkedIn es la reunión de negocios y TikTok es la fiesta de disfraces.

Funcionamiento de las redes sociales para el comercio local

1. Tipos de redes sociales

Para el comercio local, es importante elegir las redes sociales que mejor se alineen con el público objetivo y el tipo de negocio. Aquí hay algunas recomendaciones:

- **Facebook:** Ideal para negocios con una clientela más amplia y diversa. Permite compartir una variedad de contenido, desde publicaciones escritas hasta eventos y ofertas.



- **Instagram:** Perfecto para negocios con productos visualmente atractivos (como tiendas de moda, restaurantes, salones de belleza). Las imágenes y videos de alta calidad son clave.
- **WhatsApp Business:** Muy útil para comunicación directa con clientes, soporte al cliente, y promoción de ofertas especiales.
- **Google My Business:** Crucial para aumentar la visibilidad en búsquedas locales y recibir reseñas.
- **TikTok:** Beneficioso para llegar a audiencias más jóvenes y creativas, especialmente si el negocio puede producir contenido divertido y atractivo.
- **X:** Útil para actualizaciones rápidas y comunicación directa con clientes, aunque menos esencial para negocios locales que otras redes.

2. Tipos de publicaciones

- **Promociones y ofertas especiales:** Anunciar descuentos, promociones, y ofertas especiales para atraer a clientes nuevos y recurrentes.
- **Historias de clientes:** Testimonios y reseñas de clientes satisfechos para construir confianza y credibilidad.
- **Detrás de escenas:** Mostrar cómo se hacen los productos o el día a día del negocio para crear una conexión más personal con los seguidores.
- **Eventos locales:** Informar sobre eventos en la comunidad o eventos organizados por el negocio.
- **Contenido educativo:** Consejos, tutoriales y guías relacionadas con los productos o servicios ofrecidos.
- **Lanzamientos de nuevos productos:** Anunciar nuevos productos o servicios de manera emocionante.



- **Colaboraciones:** Trabajar con otros negocios locales o influencers para ampliar el alcance.

3. Días y horarios óptimos para publicar

El momento ideal para publicar puede variar según la audiencia y la plataforma, pero aquí hay algunas pautas generales:

- **Facebook:** Miércoles a las 11 a.m. y 1 p.m., jueves y viernes de 1 p.m. a 3 p.m.
- **Instagram:** Lunes y jueves a las 11 a.m. y 2 p.m., miércoles a las 11 a.m.
- **WhatsApp Business:** Siempre que sea necesario, pero evitando horarios muy tempranos o tardíos.
- **Google My Business:** Cualquier día a las 9 a.m. o 11 a.m.
- **TikTok:** Martes a las 9 a.m., jueves a las 12 p.m., y viernes a las 5 a.m.

Es recomendable analizar los resultados y ajustar los horarios según el comportamiento específico de los seguidores de cada negocio.

4. Uso de hashtags

Utilizar hashtags relevantes puede aumentar significativamente la visibilidad de las publicaciones. Aquí hay algunos consejos:

- **Hashtags generales:** #LocalBusiness, #ShopLocal, #SupportSmallBusiness.
- **Hashtags específicos:** Relacionados con el negocio, como #FashionBoutique, #OrganicCafe, #HandmadeJewelry.
- **Hashtags de ubicación:** #TuCiudad, #TuBarrio, #NombreDeTuNegocioLocal.



- **Hashtags de tendencias:** Utilizar hashtags de eventos o días especiales, como #BlackFriday, #CyberMonday, #SmallBusinessSaturday.
- **Combinar hashtags:** Mezclar hashtags populares con menos usados pero específicos para encontrar un equilibrio entre visibilidad y nicho.

5. Estrategias adicionales

- **Interacción constante:** Responder a comentarios y mensajes rápidamente para mantener la relación con los clientes.
- **Análisis de datos:** Utilizar las herramientas de análisis de cada plataforma para medir el rendimiento de las publicaciones y ajustar la estrategia.
- **Contenidos visuales de alta calidad:** Invertir en buenas fotos y videos para atraer más atención.
- **Promociones pagadas:** Considerar campañas publicitarias pagadas para alcanzar una audiencia más amplia y específica.

Implementando estas estrategias, el comercio local puede optimizar su presencia en redes sociales, atraer más clientes y aumentar las ventas.

Creando perfiles atractivos

Crear un perfil atractivo en redes sociales es fundamental porque es la **primera impresión** que tendrán tus clientes de tu negocio.

Un perfil bien diseñado y completo transmite profesionalidad y genera confianza.

Piensa que tu perfil en redes sociales se convierte en tu escaparate digital, y una buena presentación puede marcar la diferencia entre que alguien te elija o pase de largo, igual que te ocurre en tu negocio físico.



Consejos para crear perfiles atractivos:

- 1. Foto de perfil:** Usa una imagen clara y profesional que represente tu marca.
 - **Ejemplo:** El logotipo de tu negocio o una foto de alta calidad de tu tienda.
- 2. Bio:** Escribe una bio que describa tu negocio de manera concisa y atractiva.

TRUCO



Incluye **palabras clave relevantes** y un **toque personal**.

- 3. Enlaces:** Asegúrate de incluir enlaces a tu sitio web y otros perfiles sociales.

TRUCO



Usa herramientas como **Linktree** para tener **varios enlaces en una sola URL**.

- 4. Contenido destacado:** Usa la función de historias destacadas (en Instagram) o fijar publicaciones (en Facebook y Twitter) para resaltar contenido importante.

- **Ejemplo:** Ofertas especiales, lanzamientos de productos, eventos, etc.

Contenido interactivo y divertido

El contenido interactivo y divertido es clave para mantener a tu audiencia comprometida y fomentar una comunidad activa.



Ideas para crear contenido interactivo:

1. Encuestas: Usa las encuestas en historias de Instagram y Facebook para interactuar con tus seguidores.

- **Ejemplo:** "¿Cuál es tu tipo de bicicleta favorita? A) Montaña B) Carretera C) Eléctrica".

2. Concursos: Realiza concursos que incentiven la participación y el compromiso.

- **Ejemplo:** "Sube una foto de tu paseo en bicicleta y gana un descuento del 20%".

3. Videos en vivo: Usa las transmisiones en vivo para interactuar en tiempo real con tu audiencia.

- **Ejemplo:** "Únete a nuestro live desde la tienda para ver las últimas novedades en bicicletas".

4. Historias: Comparte contenido diario y efímero que mantenga a tus seguidores comprometidos.

TRUCO



Incluye **palabras clave relevantes** y un **toque personal**.

Ejemplos de publicaciones exitosas

Ver ejemplos reales de publicaciones exitosas puede inspirarte y ayudarte a entender qué funciona mejor en cada plataforma.



Análisis de publicaciones exitosas:

1. Ejemplo en Facebook:

- **Post:** “¡Nueva colección de bicicletas eléctricas disponible! Ven y prueba la tuya hoy.”
- **Engagement:** 200 likes, 50 comentarios, 30 compartidos.
- **Comentario Destacado:** “¡Las probé hoy y son increíbles! Muy recomendadas.”

2. Ejemplo en Instagram:

- **Post:** Foto de una bicicleta en un paisaje de Teruel con el texto “Descubre Teruel sobre dos ruedas”.
- **Engagement:** 300 likes, 100 comentarios.
- **Comentario destacado:** “¡Qué paisaje más bonito! ¿Dónde puedo comprar esta bici?”

3. Ejemplo en Twitter:

- **Post:** “Caso de éxito: Cómo nuestras estrategias de marketing digital ayudaron a XYZ a aumentar sus ventas en un 50%.”
- **Engagement:** 150 likes, 40 comentarios.
- **Comentario destacado:** “Gran trabajo, me encantaría saber más sobre su enfoque.”

Conclusión

Las redes sociales son una herramienta poderosa para conectar con tu audiencia, construir una comunidad y aumentar la visibilidad de tu negocio. Al elegir la plataforma adecuada, crear perfiles atractivos, y publicar contenido interactivo y divertido, puedes maximizar tu impacto y alcanzar tus objetivos comerciales.



TRUCO

No tengas miedo de experimentar con diferentes tipos de contenido y medir lo que funciona mejor para tu audiencia. **¡Diviértete y deja que tu creatividad brille!**





7. PUBLICIDAD DIGITAL EFECTIVA

La publicidad digital es la promoción de productos, servicios o negocios usando Internet, utilizando plataformas como Google, redes sociales, sitios web y aplicaciones.

Permite a los negocios llegar a personas con perfiles específicos mediante anuncios personalizados para poder medir los resultados en tiempo real y optimizar las campañas para maximizar su efectividad.

Deberíamos de hacer campañas en internet ya que:

Nuestros clientes están en internet. Muchas personas pasan muchas horas al día navegando en redes sociales, usando buscadores o viendo videos. Estar presente en estos espacios es esencial para captar su atención.

Alta rentabilidad: Con presupuestos pequeños puedes impactar a muchas personas y generar resultados medibles. Una campaña en Facebook o Instagram para Teruel puede tener un coste de 60 euros a 80 euros.

Y lo más importante la posibilidad de realizar una **segmentación precisa:** Puedes dirigir tus anuncios a personas según su ubicación, edad, intereses y comportamientos, asegurando que tu mensaje llegue a quienes realmente están interesados en tus productos o servicios.

Esto no quiere decir que dejemos al 100% de hacer publicidad tradicional, pero si repartir presupuestos o pensar en poder hacer anuncios para promocionar nuestros negocios.

Google Ads y Facebook Ads

Como ya hemos comentado, la publicidad digital es como poner un megáfono en manos de tu negocio. Google Ads y Facebook Ads son dos de las plataformas más



poderosas para llegar a tu audiencia específica, atraer tráfico y, en última instancia, aumentar las ventas.

Google Ads: El rey de las búsquedas

Google Ads te permite crear anuncios que aparecen en los resultados de búsqueda de Google y en su red de display. Esto significa que puedes alcanzar a las personas justo cuando están buscando productos o servicios similares a los tuyos.

TRUCO



Imagina que **Google Ads** es como tener un vendedor que aparece mágicamente cada vez que alguien menciona algo que vendes.

Facebook Ads: El campeón de las redes sociales

Facebook Ads te permite crear anuncios que se muestran en Facebook e Instagram. Puedes segmentar a tu audiencia de manera muy precisa según demografía, intereses y comportamiento.

TRUCO



Usa **Facebook Ads** para crear anuncios visuales atractivos que resuenen con tu público objetivo.

Imagen: Comparación visual de los beneficios de Google Ads y Facebook Ads.



Creando tu primera campaña

Pasos para crear una campaña en Google Ads:

1. Configura tu cuenta: Crea una cuenta de Google Ads y define tus objetivos.

- **Ejemplo:** "Aumentar las ventas online de bicicletas en un 20% en tres meses."

2. Selecciona tus palabras clave: Usa Google Keyword Planner para encontrar palabras clave relevantes.

TRUCO



Elige **palabras clave** que tengan un buen volumen de búsqueda pero no demasiada competencia.

3. Crea tus anuncios: Diseña anuncios atractivos y escribe texto persuasivo.

TRUCO



Usa un llamado a la acción claro, como "**Compra ahora**" o "**Descubre más**".

4. Configura tu cuenta: Define cuánto estás dispuesto a gastar.

- **Ejemplo:** Un presupuesto diario de 20 € para empezar.

5. Lanza tu campaña: Revisa y publica tus anuncios.

TRUCO



Monitorea los **primeros días** para hacer ajustes según el rendimiento.

Pasos para crear una campaña en Facebook Ads:

1. Configura tu cuenta: Crea una cuenta de Google Ads y define tus objetivos.

- **Ejemplo:** "Incrementar el tráfico a nuestra tienda online desde Instagram."

2. Selecciona tu audiencia: Usa las opciones de segmentación para llegar a tu público ideal.

TRUCO



Segmenta por **ubicación, edad, intereses y comportamientos**.

3. Crea tus anuncios: Diseña anuncios visualmente atractivos y escribe texto persuasivo.

TRUCO



Usa **imágenes y videos de alta calidad** que llamen la atención.



4. Configura tu presupuesto: Define cuánto estás dispuesto a gastar.

- **Ejemplo:** Un presupuesto semanal de 50 € para empezar.

5. Lanza tu campaña: Revisa y publica tus anuncios.

TRUCO



Realiza **pruebas A/B** para ver qué anuncios funcionan mejor.

Medición y ajuste de campañas

La belleza de la publicidad digital es que puedes medir casi todo. Esto te permite hacer ajustes en tiempo real para mejorar el rendimiento de tus campañas.

Medir y ajustar tus campañas de publicidad digital es fundamental para **sacarle más partido a tu inversión y asegurar el éxito**. A diferencia de lo que ocurre en la publicidad tradicional, la publicidad digital te ofrece métricas en tiempo real, como clics, impresiones, conversiones y costo por resultado, que te permiten saber exactamente cómo está funcionando tu campaña.

Cómo medir el rendimiento de tus campañas:

1. CTR (Click-Through Rate): Mide la cantidad de clics en tu anuncio dividido por la cantidad de veces que se muestra.

- **Ejemplo:** Un CTR alto significa que tu anuncio es relevante para tu audiencia.

2. CPC (Cost-Per-Click): Mide cuánto pagas cada vez que alguien hace clic en tu anuncio.

TRUCO



Reduce el **CPC optimizando** tus anuncios y palabras clave.

3. Conversión: Mide las acciones deseadas que los usuarios toman después de hacer clic en tu anuncio, como una compra o suscripción.

- **Ejemplo:** Si tu objetivo es vender bicicletas, mide cuántas ventas se generan a partir de tu campaña.

4. ROAS (Return on Ad Spend): Calcula el retorno de la inversión publicitaria.

TRUCO



Un **ROAS** alto indica que tus anuncios están generando ingresos positivos.

Ajuste de campañas basado en datos:

1. Revisa regularmente: Monitorea el rendimiento de tus campañas diariamente.

TRUCO



Usa **dashboards** personalizados en Google Analytics o Facebook Insights.



2. Realiza pruebas A/B: Prueba diferentes versiones de tus anuncios para ver cuál funciona mejor.

TRUCO



Cambia solo un elemento a la vez para saber qué **factor influye en el rendimiento**.

3. Optimiza tus palabras clave: Revisa y ajusta tus palabras clave basadas en su rendimiento.

- **Ejemplo:** Elimina palabras clave con alto costo y bajo rendimiento.

4. Ajusta tu presupuesto: Redistribuye tu presupuesto hacia las campañas y anuncios que tienen mejor rendimiento.

TRUCO



No tengas miedo de **pausar anuncios** que no están funcionando bien.







8. EMAIL MARKETING QUE LAS PERSONAS QUIEREN LEER

El marketing digital es algo que está en evolución constante con nuevas herramientas cada día pero aún así el email marketing sigue siendo una de las herramientas más efectivas para conectar con nuestros clientes, especialmente para los pequeños negocios.

Muchos tenemos en nuestras agendas las direcciones de correo electrónico de nuestros clientes, pero ¿hacemos algo con ellas?

El email marketing es una forma directa de comunicarnos, personalizable y económico, con un alto retorno de inversión (ROI), por cada euro invertido en email marketing, se generan aproximadamente 36 euros en ingresos promedio, según estudios recientes.

Si no estás aprovechando esta herramienta, estás dejando escapar una oportunidad valiosa.

Herramientas para empezar

Así pues email marketing sigue siendo una de las formas más efectivas de mantener a tus clientes informados. Para empezar, necesitas una buena herramienta de email marketing.

Herramientas recomendadas:

1. **Mailchimp:** Fácil de usar y ofrece plantillas personalizables, es la más popular.

TRUCO



Usa **Mailchimp** para automatizar tus campañas de email.

2. MailRelay: Una herramienta robusta para envíos masivos de email con gran capacidad gratuita. Es nuestra favorita por el número de buzones y envíos gratuitos y por que está 100% en español.



TRUCO

Usa **MailRelay** para gestionar grandes listas de contactos y segmentar tus campañas para mejorar la efectividad.

3. SendinBlue: Excelente para pequeñas y medianas empresas con presupuesto ajustado.



TRUCO

Aprovecha sus funciones de **marketing automatizado** y **SMS**.

4. Constant contact: Ofrece un soporte al cliente excepcional y plantillas listas para usar.

- **Ejemplo:** Ideal para negocios que necesitan un enfoque más guiado.

5. GetResponse: Incluye herramientas avanzadas de automatización y embudos de marketing.



TRUCO

Usa **GetResponse** para campañas más complejas y segmentadas.



Listas de correo: Construyendo relaciones con tus clientes

Las listas de correo son el pilar central de cualquier estrategia de email marketing, ya que son las personas a las que vas a llegar con tus correos electrónicos: personas que han mostrado interés en tu negocio al suscribirse.

Garantizan que tus mensajes lleguen a quienes realmente tienen interés en lo que ofreces, incrementando la probabilidad de generar interacción, ventas y fidelización, y principalmente a las personas que te han dado su correo para mantenerse informadas.

Las listas de correo no son solo un conjunto de direcciones de email; debes gestionarlas correctamente, para que se conviertan en una palanca para impulsar las ventas, la fidelización de tus clientes y el en definitiva el crecimiento de tu negocio.

Tener una lista de correo segmentada y comprometida es esencial para el éxito del email marketing.

Consejos para construir listas de correo efectivas:

1. Ofrece incentivos: Ofrece descuentos, contenido exclusivo o sorteos para animar a los clientes a suscribirse.

- **Ejemplo:** "Suscríbete y obtén un 10% de descuento en tu próxima compra."

2. Segmenta tu lista: Divide tu lista de correo en segmentos basados en datos demográficos, historial de compras y comportamiento.



TRUCO

Envía **contenido relevante** a cada segmento para aumentar la tasa de apertura y conversión.

3. Usa formularios de suscripción atractivos: Coloca formularios de suscripción en tu sitio web y redes sociales.



TRUCO

Usa **pop-ups** y **barras flotantes** para captar la atención de los visitantes.

4. Mantén tu lista limpia: Regularmente elimina suscriptores inactivos y verifica las direcciones de correo electrónico.



TRUCO

Un **alta tasa de rebote** puede afectar la entregabilidad de tus correos.

Diseño de newsletters que se leen

El diseño de las newsletters es una parte muy importante porque influye directamente en cómo tus clientes perciben tu mensaje, interactúan con él y, en última instancia, actúan sobre él.



Una newsletter bien diseñada no sólo llama la atención desde el momento en que se abre, sino que también facilita la lectura, refuerza tu identidad de marca y genera confianza en tu audiencia.

Pero no te agobies todos las herramientas que te hemos contado disponen de plantillas para el diseño de las mismas.

Consejos para diseñar newsletters atractivas:

1. Diseño limpio y profesional: Usa una plantilla que sea fácil de leer y visualmente atractiva.

TRUCO



Menos es más. No sobrecargues tu newsletter con demasiado contenido.

2. Contenido relevante: Incluye contenido que sea útil e interesante para tus suscriptores.

- **Ejemplo:** Artículos de blog, ofertas exclusivas, novedades de productos.

3. Llamadas a la acción claras: Asegúrate de que tus CTAs sean visibles y fáciles de entender.

TRUCO



Usa **botones** en lugar de enlaces de texto para aumentar la tasa de clics.

4. Imágenes de alta calidad: Usa imágenes que complementen tu contenido y llamen la atención.

TRUCO



Asegúrate de que las imágenes estén **optimizadas** para una carga rápida.

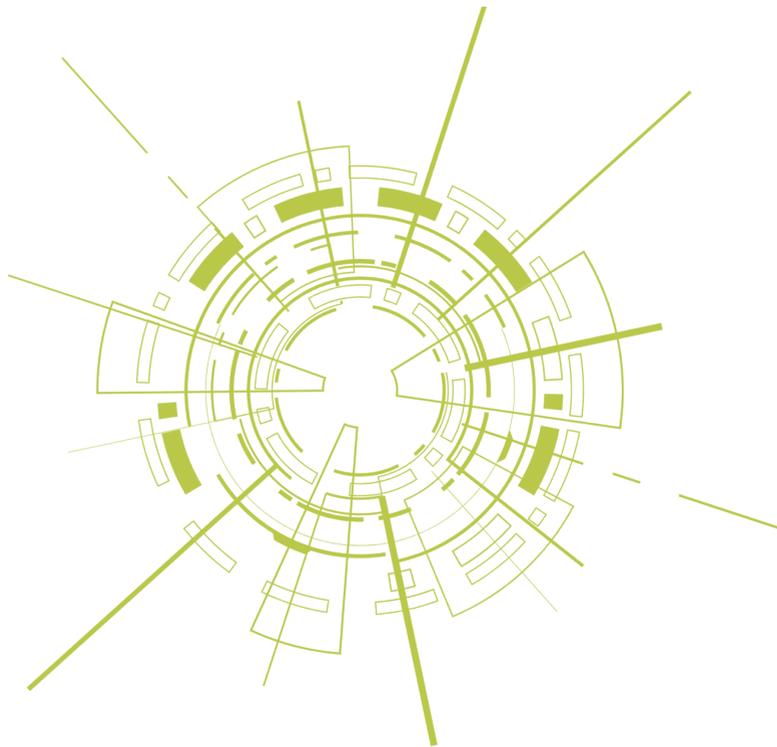
5. Personalización: Personaliza tus correos electrónicos con el nombre del suscriptor y contenido basado en su comportamiento.

- **Ejemplo:** "Hola [nombre], descubre nuestras nuevas bicicletas de montaña."





"El email marketing es una forma directa de comunicarnos, personalizable y económico"







9. ANÁLISIS Y MEDICIÓN DEL IMPACTO DIGITAL

El análisis digital y la medición son el corazón de una estrategia digital efectiva.

Los datos que las herramientas digitales nos dan van a permitirnos que las decisiones se basen en ellos en lugar de suposiciones.

La medición permite entender el rendimiento de tus acciones, identificar oportunidades de mejora y optimizar constantemente tu enfoque para lograr mejores resultados.

Es como usar un mapa en lugar de navegar a ciegas: con datos en mano, puedes tomar mejores decisiones, mejorar continuamente y mantenerte un paso adelante en el mercado digital.

Herramientas de análisis imprescindibles

Para entender el impacto de tus esfuerzos digitales, necesitas herramientas que te proporcionen datos detallados y accionables.

Herramientas Recomendadas:

1. Google Analytics: Proporciona datos detallados sobre el tráfico de tu sitio web.

TRUCO



Configura **objetivos** y **eventos** para rastrear conversiones.

2. Google Search Console: Te ayuda a monitorear y mantener tu presencia en los resultados de búsqueda.

TRUCO



Usa **Google Search Console** para identificar y solucionar problemas técnicos.

3. SEMrush: Ofrece análisis de palabras clave, auditorías de sitios y seguimiento de posiciones.

- **Ejemplo:** Usa SEMrush para realizar una auditoría completa de tu sitio web.

4. Clarity: Una herramienta gratuita de Microsoft que ofrece mapas de calor y grabaciones de sesiones de usuarios.

TRUCO



Usa **Clarity** para analizar el comportamiento de tus visitantes y optimizar la experiencia en tu sitio web.

Interpretación de datos sin complicaciones

Recopilar datos es solo el primer paso. La clave está en interpretar esos datos para tomar decisiones informadas.

Consejos para interpretar métricas clave:



1. Tráfico del sitio web: Mide de dónde viene tu tráfico y qué páginas visitan más.

TRUCO



Analiza el tráfico orgánico, de referencia, social y de pago por separado.

2. Engagement en redes sociales: Mide la interacción con tus publicaciones, como likes, comentarios y compartidos.

TRUCO



Usa herramientas como **Facebook Insights**.

3. Conversiones: Rastrea las acciones clave que quieres que los usuarios realicen.

- **Ejemplo:** Ventas, suscripciones, descargas.

4. Tasa de rebote: Mide el porcentaje de visitantes que abandonan tu sitio después de ver una sola página.

TRUCO



Una **alta tasa de rebote** puede indicar problemas con la relevancia del contenido o la experiencia del usuario.

Ajustes basados en inteligencia artificial

Las herramientas de inteligencia artificial (IA) pueden ofrecer insights valiosos y recomendaciones para optimizar tu estrategia digital.

Uso de IA en el análisis digital:

1. Google Analytics Insights: Proporciona recomendaciones automáticas para mejorar tu sitio web.



TRUCO

Usa **Google Analytics Insights** para identificar oportunidades de mejora.

2. SEMrush AI: Ofrece sugerencias de palabras clave y optimización de contenido.



TRUCO

Implementa las recomendaciones de **SEMrush AI** para mejorar tu **SEO**.

3. Chatbots: Usa chatbots para mejorar la atención al cliente y recopilar datos en tiempo real.

- **Ejemplo:** Un chatbot en tu sitio web que ayuda a los usuarios a encontrar productos y responde preguntas frecuentes.



4. Herramientas de personalización: Utiliza IA para personalizar la experiencia del usuario en tu sitio web.

TRUCO



Herramientas como **Dynamic Yield** pueden ayudar a mostrar contenido y productos personalizados.







10. MANTENER LA SEGURIDAD ONLINE

Mantener la seguridad online es esencial para proteger tu negocio, tu reputación y la confianza de tus clientes.

En un entorno digital cada vez más interconectado, los ataques cibernéticos como el robo de datos, el phishing y el malware están al alza. La falta de medidas de seguridad puede llevar a pérdidas financieras, problemas legales e incluso la pérdida de clientes.

Protección básica para tu sitio

La seguridad en línea es crucial para proteger tu sitio web y la información de tus clientes. Aquí te dejo algunas medidas básicas para mantener tu sitio seguro.

Consejos para proteger tu sitio:

- 1. Usa SSL:** Asegúrate de que tu sitio web tenga un certificado SSL.

TRUCO



Los sitios con **SSL** muestran "https://" en la URL, lo que indica una conexión segura.

- 2. Actualiza regularmente:** Mantén tu software y plugins actualizados para protegerte contra vulnerabilidades.



TRUCO

Configura **actualizaciones automáticas** siempre cuando sea posible, sino confía en profesionales.

3. Usa contraseñas seguras: Utiliza contraseñas fuertes y únicas para todas tus cuentas.

- **Ejemplo:** Usa un gestor de contraseñas como LastPass para generar y almacenar contraseñas seguras.

4. Realiza copias de seguridad: Realiza copias de seguridad regulares de tu sitio web puede para protegerte contra pérdidas de datos.



TRUCO

Usa servicios de copia de seguridad automatizados como **VaultPress**.

Educación de empleados en seguridad digital

La seguridad es cosa de todos. Tus empleados son la primera línea de defensa contra las amenazas en línea. Educarles sobre las mejores prácticas de seguridad digital es crucial.

Consejos para educar a tu equipo:



1. Talleres de seguridad: Realiza talleres regulares sobre seguridad cibernética.

TRUCO



Incluye simulaciones de **phishing** para entrenar a tus empleados en la identificación de correos electrónicos sospechosos.

2. Políticas de seguridad: Implementa políticas claras sobre el uso de dispositivos y acceso a datos.

TRUCO



Crea un manual de **seguridad digital** para todos los empleados.

3. Autenticación de dos factores: Usa autenticación de dos factores (2FA) para añadir una capa extra de seguridad.

- **Ejemplo:** Google Authenticator para proteger cuentas importantes.

4. Acceso limitado: Limita el acceso a información sensible solo a aquellos que realmente lo necesitan.

TRUCO



Usa **roles** y **permisos** para gestionar el acceso.

Plan de respuesta ante incidentes cibernéticos

Tener un plan de respuesta ante incidentes cibernéticos puede minimizar el impacto de una brecha de seguridad en tu negocio.

Elementos de un plan de respuesta:

1. Identificación: Define cómo identificar incidentes de seguridad.



TRUCO

Usa **sistemas de monitoreo** para detectar actividad inusual.

2. Contención: Establece medidas para contener y mitigar los efectos de un incidente.

- **Ejemplo:** Desconectar sistemas afectados de la red.

3. Recuperación: Planifica la recuperación de datos y la restauración de sistemas.



TRUCO

Usa **copias de seguridad** recientes para restaurar datos.

4. Comunicación: Define cómo comunicarte con tus clientes y empleados durante y después de un incidente.



TRUCO



Sé transparente y proporciona actualizaciones regulares.







11. HISTORIAS DE ÉXITO LOCALES

Entrevistas con comercios que lo han logrado

Aprender de otros negocios que han tenido éxito en su digitalización puede proporcionarte valiosas lecciones y motivación, lee sobre ello, empápate de sus vivencias.

Lecciones aprendidas

Lecciones Clave de Historias de Éxito:

1. Adaptabilidad: Los negocios que se adaptan rápidamente a los cambios tienden a tener más éxito.

TRUCO



Mantente **flexible** y dispuesto a probar **nuevas estrategias**.

2. Escuchar al cliente: Entender y responder a las necesidades de los clientes es crucial.

TRUCO



Usa **encuestas** y **comentarios** para recopilar feedback.

3. Innovación: No tener miedo de probar nuevas estrategias y herramientas digitales.

- **Ejemplo:** Implementa nuevas tecnologías como chatbots o marketing automatizado.





12. RECURSOS Y HERRAMIENTAS ADICIONALES

Directorio de recursos útiles

Recursos para la Digitalización:

1. **Google My Business:** Para gestionar tu presencia en las búsquedas locales.

TRUCO



Mantén tu **perfil actualizado** con horarios, fotos y ofertas.

2. **MailRelay:** Ideal para gestionar campañas de email marketing de manera gratuita.

TRUCO



Aprovecha las **opciones de segmentación** para enviar mensajes personalizados a cada grupo de tu audiencia.

3. **Metricool:** Una herramienta versátil para analizar y gestionar tus redes sociales.

TRUCO



Usa **Metricool** para planificar tus publicaciones y analizar su rendimiento en un solo lugar. Programa tus publicaciones con anticipación para ahorrar tiempo.

4. SEMrush: Para análisis y optimización de SEO.

TRUCO 

Usa **SEMrush** para realizar auditorías SEO y análisis de competencia.

5. Canva: Para diseño gráfico fácil y accesible.

TRUCO 

Usa **plantillas prediseñadas** para crear gráficos profesionales rápidamente.

6. ChatGPT: Una herramienta de inteligencia artificial para generar contenido y resolver dudas.

TRUCO 

Utiliza **ChatGPT** para crear textos atractivos, responder preguntas frecuentes de tus clientes o inspirarte en nuevas ideas para tus publicaciones.

Tutoriales en video recomendados

Tutoriales para aprender nuevas habilidades:

- 1. YouTube:** Busca tutoriales sobre SEO, marketing digital, diseño web y más.
- 2. LinkedIn Learning:** Cursos profesionales sobre una variedad de temas digitales.



TRUCO



Dedica **tiempo semanalmente** a aprender algo nuevo.

3. Udemy: Cursos asequibles sobre todas las áreas del marketing digital.

- **Ejemplo:** "SEO for Beginners" o "Facebook Ads Mastery."

Libros y guías para seguir aprendiendo

Libros recomendados:

1. "Digital Marketing for Dummies" por Ryan Deiss y Russ Henneberry.

2. "SEO 2023: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies" por Adam Clarke.

3. "Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business" por Jason McDonald.

4. "Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want" por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur.

5. "Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable" por Seth Godin.

TRUCO



Lee regularmente para **mantenerte actualizado** y **mejorar continuamente** tu estrategia digital.



ASOCIACIÓN PROVINCIAL
COMERCIO TERUEL

 **GOBIERNO
DE ARAGON**