

Analiza tus resultados para mejorar la presencia online de tu empresa

24 de mayo de 2023

Sergio Hernández Fernández





Introducción

“Lo que no se puede
medir, no se puede
mejorar.”

Peter Drucker

Presentación y objetivos del
seminario.

Análisis de la presencia de tu
marca online

Analítica de sitios web

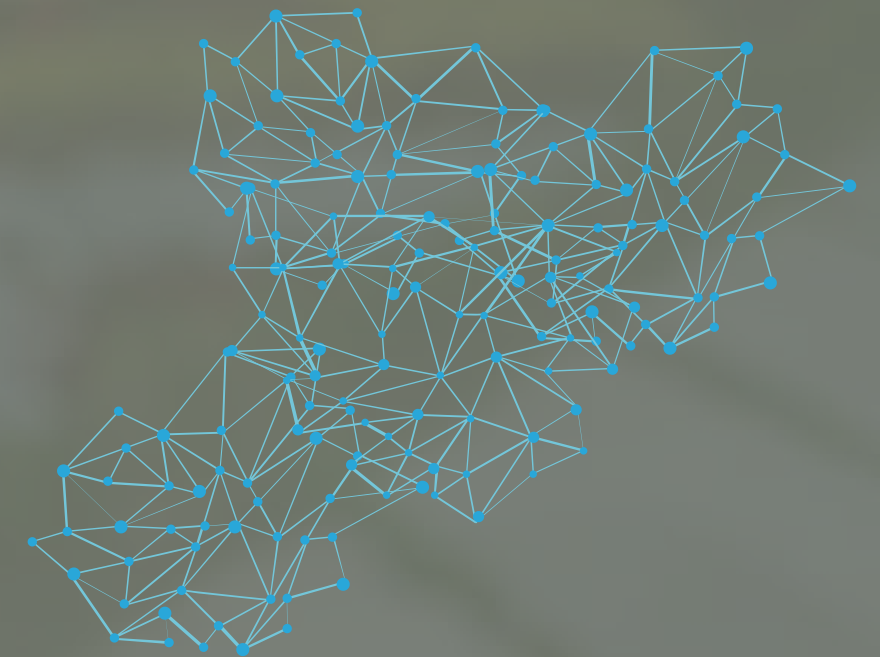
Analítica de redes sociales

Análisis de SEO y contenido. Análisis de la
conversión y la experiencia del usuario (UX)

Ajuste de estrategias basado en la
analítica

I. Analítica

1. ¿Qué es la analítica web y por qué es importante?
2. La diferencia entre datos cuantitativos y cualitativos.
3. Presentación de las métricas clave: visitas, usuarios únicos, tiempo de permanencia, tasa de rebote, etc.





Análisis de la presencia de tu marca online

1

Auditoría de la presencia online de tu marca

2

Monitorización de la marca

3

Análisis de sentimiento

4

Medición de KPIs de la marca

5

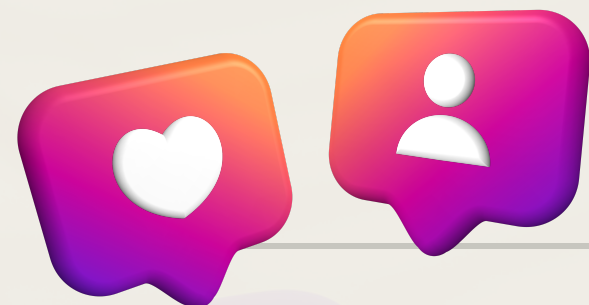
Análisis competitivo

II. Analítica de sitios web

1. Configuración y uso de Google Analytics
2. Seguimiento de eventos y análisis del comportamiento del usuario
3. Análisis de las fuentes de tráfico



III. Analítica de redes sociales



Visión general de las métricas clave en las redes sociales

- Visión
- Alcance:
- Engagement
- Seguidores
- Menciones

Herramientas para el análisis de redes sociales

Análisis de la presencia de tu marca en redes sociales

IV. Análisis de SEO y contenido

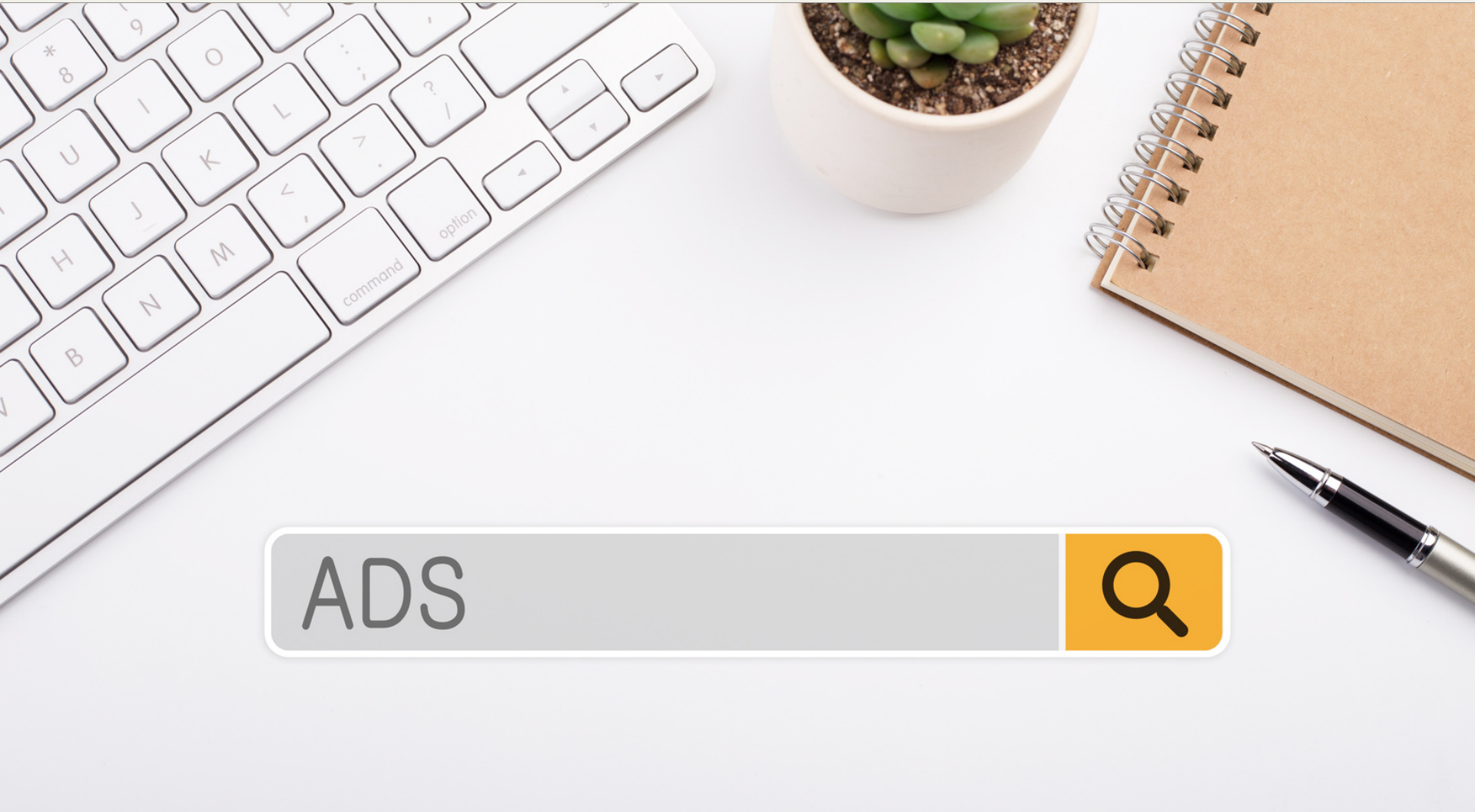
- Uso de Google Search Console para analizar el rendimiento de búsqueda
- Herramientas para análisis de SEO
- Análisis de palabras clave y optimización de contenido



V. Publicidad Online y Análisis de ROI



- La publicidad online se ha convertido en una parte integral de cualquier estrategia de marketing digital debido a su capacidad para llegar a un público objetivo específico y medir con precisión el retorno de la inversión (ROI). Las plataformas más utilizadas para este propósito son Google Ads y Facebook Ads, y cada una tiene sus particularidades. A continuación, se presenta un desglose de cómo puedes crear, rastrear y analizar campañas en estas plataformas.



ADS



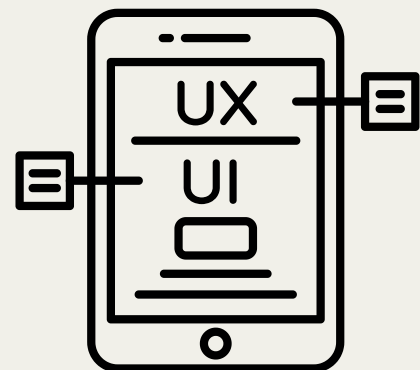


Junta de
Castilla y León



VI. Análisis de la conversión y la experiencia del usuario (UX)

1. Configuración y seguimiento de conversiones en Google Analytics
2. Pruebas A/B para mejorar la experiencia del usuario y la tasa de conversión
3. Herramientas para análisis de UX



VII. Ajuste de estrategias basado en la analítica

- Interpretación de datos y toma de decisiones basadas en la analítica
- Revisión continua y ajuste de las estrategias de marketing digital: La analítica web no es un esfuerzo único. Debes revisar tus métricas regularmente y estar dispuesto a hacer ajustes a tus estrategias de marketing digital en base a lo que los datos te están diciendo.
- Reporte y presentación de los datos analíticos

VI. Conclusiones y recomendaciones

- **Importancia de la Analítica en Marketing Digital:** La analítica web y las métricas de las redes sociales son componentes cruciales para entender el rendimiento de cualquier estrategia de marketing digital. Permiten a las empresas rastrear y medir el éxito de su presencia online, identificar oportunidades de mejora y hacer ajustes basados en datos sólidos. La recopilación y análisis de estos datos son esenciales para optimizar el uso de la web y mejorar la experiencia del usuario.
- **Uso de Google Analytics y Herramientas de SEO:** Google Analytics es una herramienta esencial para entender el comportamiento de los usuarios en el sitio web y rastrear las conversiones. Por otro lado, el análisis de SEO, a través de herramientas como Google Search Console, Moz, SEMRush, permite optimizar el contenido, mejorar el rendimiento de las palabras clave y entender mejor el perfil de enlaces.
- **Analítica de Redes Sociales y Presencia de Marca:** Las herramientas de análisis de redes sociales, como Hootsuite, Buffer y Sprout Social, proporcionan información valiosa sobre el rendimiento en las redes sociales, ayudando a las empresas a mejorar su alcance y compromiso. Además, el análisis de la presencia de marca en línea ayuda a las empresas a comprender cómo se perciben y discuten sus marcas en las redes sociales y en la web en general.
- **Publicidad Online y Análisis de ROI:** La creación y seguimiento de campañas publicitarias en línea en plataformas como Google Ads y Facebook Ads permiten a las empresas alcanzar a su público objetivo de manera efectiva. Además, el análisis del retorno de la inversión (ROI) es fundamental para entender la eficacia de estas campañas y ajustarlas para mejorar su rendimiento.

herramientas

- Facebook Business Manager
- Hootsuite
- TweetDeck
- Metricool
- Canva

facebook

 Hootsuite™

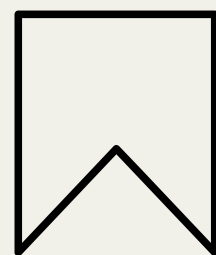
 TweetDeck

metricool

Canva

- Later: Esta herramienta de programación de Instagram te permite planificar y programar tus publicaciones con anticipación.
- InShot: Una aplicación de edición de video que te permite crear y editar videos para tus publicaciones, IGTV y Reels.
- Linktree: Dado que Instagram solo permite un enlace en tu biografía, Linktree te permite crear un enlace personalizado que dirige a los visitantes a una página con múltiples enlaces.
- Iconosquare: Esta herramienta de análisis de Instagram te ofrece datos detallados sobre el rendimiento de tus publicaciones, la demografía de tus seguidores y las mejores horas para publicar.
- Unfold: Una aplicación que ofrece plantillas para crear Stories de Instagram de aspecto profesional.
- VSCO: Una aplicación de edición de fotos que ofrece una variedad de filtros y herramientas de edición para mejorar tus fotos de Instagram.
- Repost for Instagram: Esta herramienta te permite compartir fácilmente el contenido de otros usuarios en tu propia cuenta, con el debido crédito.
- Hashtagify: Esta herramienta de búsqueda de hashtags te ayuda a encontrar los hashtags más populares y relevantes para tus publicaciones.

Herramientas y recursos



Texto

- Resume y pregunta sobre pdf (Humata)
- Crear historias (Sudowrite)
- Chat GPT
- botowski (IA texto)

Otros

- Wordpress (CMS)
- Miro (planificación)
- Google Ads, Analytics, Business, Drive)
- Whatsapp Business
- Rank Math SEO (plugin wp)
- Holded (erp)
- Canva (diseño)
- Mailchimp (email Mk)

Vídeo

- Corrección de audio y comprobación micro (Adobe Podcast)
- IA múltiple para vídeo (Runway)
- Texto a voz (BLACKIFY)
- Duplicador de vídeo (Trymaverick)
- Seguimiento de ojos y más herramientas (Nvidia Broadcast)

Puedes contactar conmigo en estos canales:

 **699 136 317**

 **hola@sergiohf.es**

 **linkedin.com/in/sergioh**
ernandezfer/


CONTACTO