

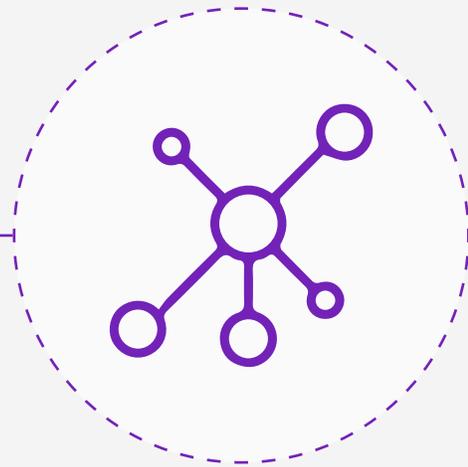
¿Qué es un ecosistema digital?

El ecosistema digital es el conjunto de herramientas y tácticas digitales que trabajan de forma interrelacionada con un solo propósito:

Generar tráfico calificado, convertir visitas en prospectos (leads), calificar leads, desarrollar oportunidades y generar ventas. El ecosistema le sirve a los negocios para posicionarse y controlar la comunicación con su público a través del ciclo de compra.

Componentes de un ecosistema digital

- Sitio web.
- Redes sociales.
- Email marketing.
- Plataformas de publicidad online.
- Contenido.
- Posicionamiento.
- Analítica.



Componentes de un ecosistema digital

📶 Sitio web

El sitio web es el "hub" o epicentro de todas las estrategias digitales, es el ser viviente que necesita mantenimiento, vida y corazón.

Es el lugar donde los negocios dan a conocer su identidad de marca, comparten información valiosa para sus clientes, permite establecer contacto entre la marca y sus futuros compradores, en algunos casos facilita la transacción o la venta.

📘 Redes sociales

Constituyen el canal para desarrollar comunicación en tiempo real con el público. Facilita la construcción de relaciones y la generación de confianza entre marcas y compradores.

Son el escenario para amplificar el mensaje de la empresa y a la vez representan una fuente infinita de nuevas oportunidades.

Componentes de un ecosistema digital

Email marketing

Es la técnica que le permite a las empresas aprovechar un canal vital como el correo electrónico.

Es el protagonista en la construcción y desarrollo de oportunidades, ya que es a través de esta técnica como las empresas construyen relaciones con su audiencia.

Para su uso adecuado requiere de normas y leyes relacionadas con la protección de datos.

Plataformas de publicidad online

También conocidas como plataformas de generación de demanda. Facilitan a las empresas la publicación de anuncios de texto, con imágenes o con video que pueden ser mostrados a compradores potenciales.

Las más conocidas son Google Ads y Facebook Ads, aunque plataformas como Twitter, LinkedIn o Bing también ofrecen la posibilidad de hacer publicidad en el modelo PPC (pago por clic).

Contenido

Es la información de valor que comparten las empresas con su público y puede estar construida en diferentes formatos: texto, imágenes, audio, video (contenido transmedia).

El contenido es la materia prima para lograr el posicionamiento en los motores de búsqueda y es el recurso por excelencia para comunicarse e interactuar en las redes sociales.

Posicionamiento

Conocido como SEO (Search Engine Optimization)

Es una técnica basada en la optimización del contenido y el mejoramiento del desempeño y la usabilidad de los sitios web con el objetivo de lograr una posición de ciertas palabras en los resultados de los motores de búsqueda como Google.

Es un excelente recurso para obtener tráfico calificado de visitantes hacia el sitio web.

Analítica

Corresponde al seguimiento y estudio de métricas en los diferentes escenarios del ecosistema digital con el objetivo de apoyar y soportar la toma de decisiones.

A través de estas herramientas facilita la comprensión y el entendimiento del comportamiento de las personas en las etapas del proceso de compra.