

3.2. Plan de Medios de comunicación; SEO, SEM

3.2.1. Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

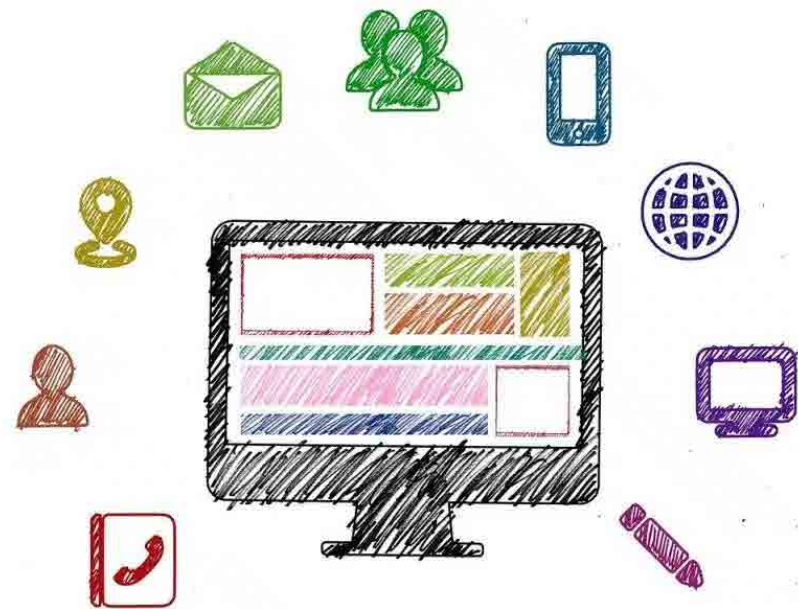
RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Determina el uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción publicitaria y sus beneficios.
- Elabora Plan de Medios de comunicación y su presupuesta en la elaboración de una campaña publicitaria.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)



Consiste en **enfoque integral** que combina diferentes **canales y plataformas** para llegar a tu audiencia y **alcanzar los objetivos** de marketing y de publicidad.

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Ventajas de la Estrategia de Medios Digitales

*Mayor flexibilidad y
personalización.*

Mayor alcance y cobertura.

*Mayor capacidad de
medición y seguimiento.*

*Mayor capacidad de ajustar
y mejorar en tiempo real.*

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

*Análisis benchmarking
competencia.*

*Estrategia de la campaña
publicitaria con Metricool.*

*Desarrollo de matriz de
contenidos.*

*Seleccionar los canales
adecuados.*

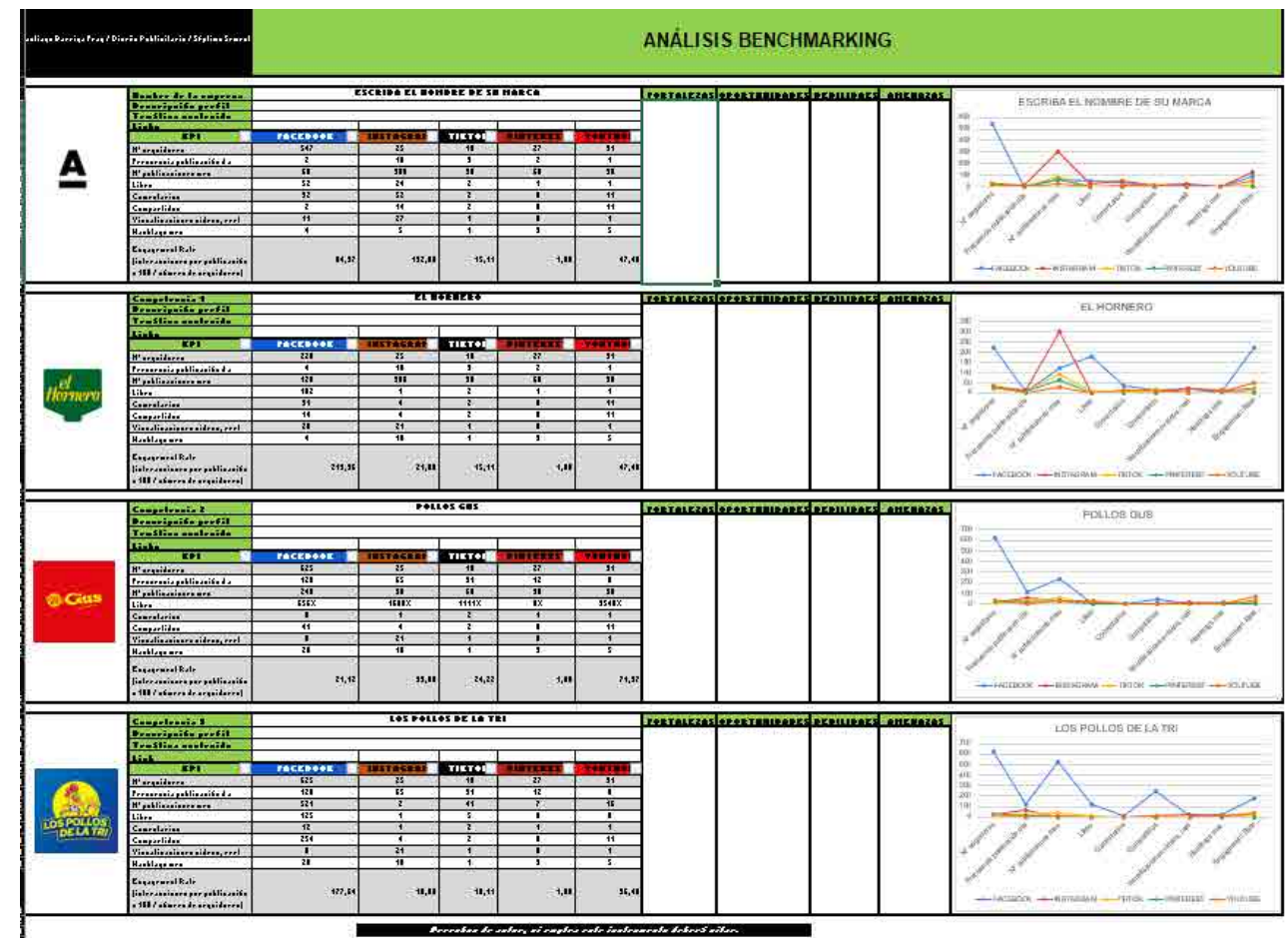
*Planificación de contenidos
Exportar datos en un formato
de tabla (.csv).*

*Monitorear y ajustar en
tiempo real.*

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

Análisis benchmarking competencia.



Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

Estrategia de la campaña publicitaria con Metricool.

INSTRUCCIONES

[Crea tu cuenta de Metricool GRATIS haciendo clic aquí](#)

Sigue estas instrucciones:

- 1 Completa al detalle las fichas de tu público objetivo en la pestaña [CLIENTES](#).
- 2 Diseña la estrategia para cada uno de los buyer persona elegidos desde la pestaña [ESTRATEGIA](#).
- 3 Resume los datos más interesantes y pasa a la fase de [PLANIFICACIÓN DE CONTENIDOS](#).

[¿Quieres ver el paso a paso en detalle? Haz clic aquí y dale play al tutorial.](#)

Algunos tips para el uso pro de esta plantilla:

- Añade columnas extra para mejorar tu organización.
- Comparte este documento con los miembros de tu equipo para trabajar de forma colaborativa.

Síguenos en Instagram para estar al día de todas las novedades de Metricool
Aprende más sobre Metricool en nuestro canal Youtube

metricool

0 INSTRUCCIONES ▾ 1 CLIENTES ▾ 2 ESTRATEGIA ▾ 3 RESUMEN ▾

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

Desarrollo de matriz de contenidos.

INSTRUCCIONES

Para utilizar esta Plantilla necesitas una cuenta de Metricool.
[Crea tu cuenta de Metricool GRATIS haciendo clic aquí](#)

Sigue estas instrucciones:

- 1 Resume los datos más interesantes de la [ESTRATEGIA](#) antes de planificar los contenidos.
- 2 Completa la [MATRIZ DE CONTENIDOS](#) en base a cada problema, deseo o aspiración de tu público objetivo.
- 3 Ve a la pestaña [REDES SOCIALES](#), selecciona cuáles utilizar y pulsa al botón COMENZAR.
- 4 Completa la pestaña [PLANIFICACIÓN](#) con las especificaciones de cada publicación para cada red social.
- 5 Descarga únicamente la pestaña PLANIFICACIÓN en formato CSV desde el menú *Archivo, Descargar, Valores separados por coma*.
- 6 Ve al planificador de Metricool y sube el archivo desde la opción *Importar CSV*.

⚠ Si un contenido presenta algún error quedará guardado como borrador ⚠

¿Quieres ver el paso a paso en detalle? Haz clic aquí y dale play al tutorial.

⚠ Si quieres realizar modificaciones hazlas después de darte al botón comenzar de la pestaña REDES SOCIALES ⚠

Algunos tips para el uso pro de esta plantilla:

- Añade columnas extra para mejorar tu organización.
- Comparte este documento con los miembros de tu equipo para trabajar de forma colaborativa.

+ ≡ 0 INSTRUCCIONES 1 RESUMEN 2 MATRIZ DE CONTENIDOS 3 REDES SOCIALES 4 PLANIFICACIÓN

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

***Seleccionar los canales
adecuados.***

Selecciona las redes sociales que utilices
y ve a la hoja PLANIFICACIÓN

Facebook		<input checked="" type="checkbox"/>
Twitter		<input checked="" type="checkbox"/>
LinkedIn		<input type="checkbox"/>
Google Business Profile		<input type="checkbox"/>
Instagram		<input checked="" type="checkbox"/>
Pinterest		<input type="checkbox"/>
TikTok		<input type="checkbox"/>
YouTube		<input type="checkbox"/>

+ ≡ 0 INSTRUCCIONES ▾ 1 RESUMEN ▾ 2 MATRIZ DE CONTENIDOS ▾ 3 REDES SOCIALES 4 PLANIFICACIÓN ▾

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

Planificación y Ejecución de la Estrategia de Medios Digitales

Planificación de contenidos
Exportar datos en un formato de tabla (.csv).

Text	Date	Time	Draft (borrador)	Facebook	Twitter	Instagram	Picture Url 1
Invitamos a leer el ARTICULO DE INVESTIGACION publicado en el número 22. DOI: https://doi.org/10.37135/ehk.002.22.11 #revistachakiñan #SomosEducación #UnachEnMovimiento @destacar	2024-06-21	20:30:00	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	https://unached.com/Assets/malchakonan.u
Invitamos a leer el ARTICULO DE INVESTIGACION publicado en el número 22. DOI: https://doi.org/10.37135/ehk.002.22.12 #revistachakiñan #SomosEducación #UnachEnMovimiento	2024-06-29	20:30:00	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	https://unached.com/Assets/malchakonan.u
Invitamos a leer el ARTICULO DE INVESTIGACION publicado en el número 22. DOI: https://doi.org/10.37135/ehk.002.22.13 #revistachakiñan #SomosEducación #UnachEnMovimiento	2024-07-07	20:30:00	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	https://unached.com/Assets/malchakonan.u

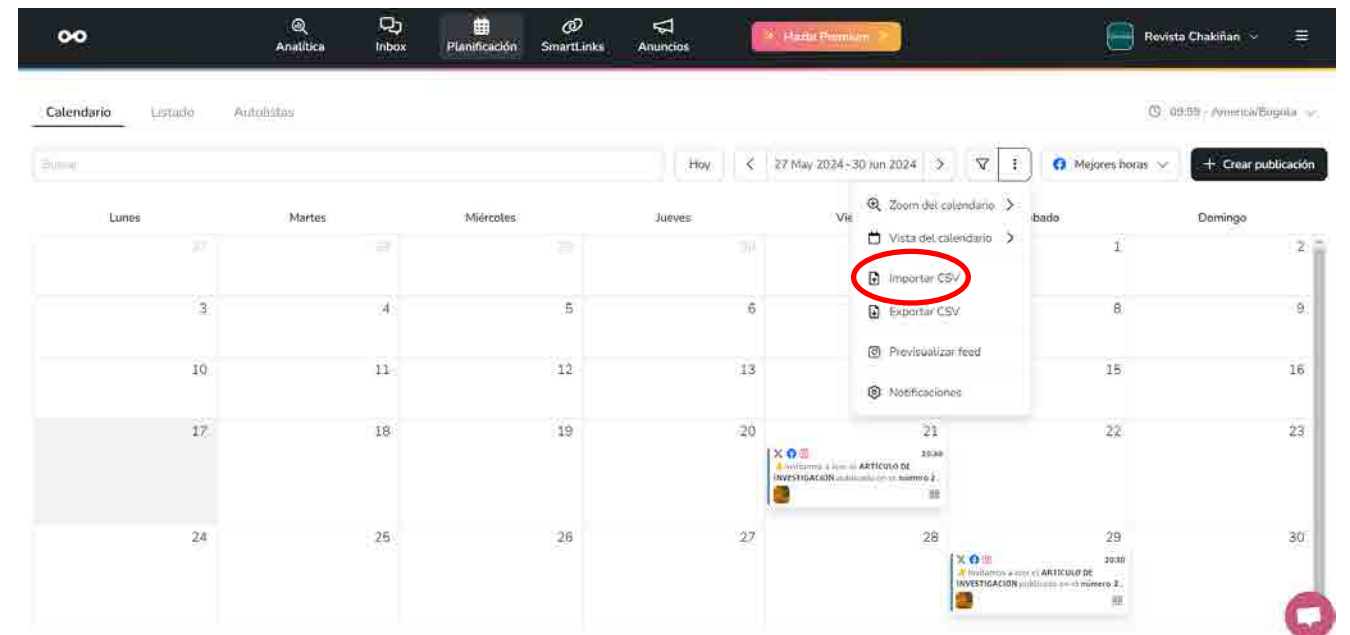


metricool

Estrategia de Medios de comunicación (digitales)

***Planificación y Ejecución
de la Estrategia de Medios
Digitales***

***Monitorear y ajustar en
tiempo real.***



metricool

3.2. Plan de Medios de comunicación; SEO, SEM

3.2.2. SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Determina el uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción publicitaria y sus beneficios.
- Elabora Plan de Medios de comunicación y su presupuesta en la elaboración de una campaña publicitaria.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores

¿Qué son y por qué son importantes?

SEO (*Search Engine Optimization*): Optimización de motores de búsqueda para mejorar la visibilidad y el tráfico de un sitio web.

SEM (*Search Engine Marketing*): Publicidad en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad y el tráfico de un sitio web.

Mejorar la posición en los resultados de búsqueda.

Incrementar el tráfico de usuarios.

Incrementar las conversiones.

SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores



SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores

Fundamentos de SEO

Google Trends:

<https://trends.google.es/trends/>

Screaming Frog:

<https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>

Keywordtool:

<https://keywordtool.io/es>

Ahrefs:

<https://ahrefs.com/es/keyword-generator/?country=ec&input=moda%20y%20estilo>

1. Análisis de palabras clave:

Identificar palabras clave relevantes.

Utilizar herramientas de análisis de palabras clave.

2. Optimización de contenido:

Crear contenido relevante y de alta calidad.

Utilizar palabras clave en el contenido.

3. Optimización de metadata:

Utilizar metadatos (e.g., título, descripción, palabras clave) en la página.

SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores

Técnicas de SEO

Know How

[Google My Bussines:](https://www.google.com/business/)

<https://www.google.com/business/>

1. Optimización de estructura de página:

Utilizar estructuras de página lógicas y fáciles de navegar.

2. Optimización de imágenes:

Utilizar imágenes optimizadas para el tamaño y la calidad.

3. Optimización de enlaces:

Utilizar enlaces internos y externos relevantes.

SEO y SEM: Posicionamiento en buscadores

SEM y Publicidad en Redes Sociales

Know How

[Google Ads:](https://ads.google.com/)

<https://ads.google.com/>

[Meta Business Suite:](https://www.facebook.com/adsmanager/)

<https://www.facebook.com/adsmanager/>

[Tik Tok for business:](https://www.tiktok.com/business/es)

<https://www.tiktok.com/business/es>

1. SEM:

Crear campañas de publicidad en motores de búsqueda.

*Utilizar herramientas de SEM.
(Google Ads).*

2. Publicidad en redes sociales:

Crear campañas de publicidad en redes sociales.

*Utilizar herramientas de publicidad en redes sociales
(Meta Business Suite, Tik Tok for business).*

TALLER 9

Estrategia de la campaña publicitaria en Excel; Planificación de Social Media; y, Estrategias SEO y SEM.

- *Trabajo en grupo.*
- *Planificar la estrategia para medios digitales para las 3 campañas.*
- *Empezar por el análisis de benchmarking de 3 competencias por cada campaña.*
- *Elaborar la Estrategia de la campaña publicitaria en Excel y Planificación de Social Media en Excel para las 3 campañas, en Metricool.*
- *Establecer las estrategias SEO y SEM para las campañas.*
- *Presentación de contenido parcial para cada campaña. Uniformidad en la línea gráfica).*

Presentación próxima clase.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller 9. Presentación en clase.
- Tarea 9: Compilado taller + casos de estudio. Presentación en el Aula Virtual.