

# Campañas con IA y potencialidades



- ☰ Construyendo una presencia online sólida
- ☰ ¿En qué consiste la presencia online?
- ☰ Sitio web: elemento crucial de los medios propios
- ☰ Descarga en PDF

# Construyendo una presencia online sólida

---

## Tenés presencia digital, luego existís

¿Alguna vez escuchaste la frase “si fuiste al gimnasio y no te sacaste una foto para subirla a las redes, realmente fuiste al gimnasio”?

Pero, ¿qué es lo que esta frase realmente quiere decir? Fácil: si algo no está en las redes, entonces es como si no hubiera pasado.

Esto es, ni más ni menos, otra forma de resaltar lo crucial que es tener una **presencia online**. Si incluso para los usuarios comunes esta idea es evidente, ¡imaginá cuánto más importante es para las **marcas**, sean grandes, medianas o

pequeñas! En el mundo actual, **nadie puede permitirse quedarse fuera del ámbito digital.**

Pensemos, ¿qué tienen en común las marcas Adidas, Coca-Cola y Apple?



En caso de no visualizar esta imagen, ingresá haciendo click [acá](#)

Sí, entre otras cosas, todas estas marcas tienen algo en común: **una presencia digital muy sólida.**

Participan activamente en **redes sociales**, cuentan con **sitios web optimizados** y aprovechan las **publicidades digitales** para conectar con su audiencia.

**Pero, ¿qué significa realmente tener una presencia *online* sólida y por qué es tan importante?**

Tener una presencia *online* sólida implica que tu marca, negocio o proyecto tenga una **visibilidad significativa y consistente** en los canales digitales, permitiendo que las personas:

- te **encuentren.**
- **Interactúen** con vos.
- Y **confíen** en tu propuesta.

Esto va mucho más allá de simplemente contar con un sitio web o perfiles en redes sociales. Se trata de construir una **estrategia coherente** que abarque **contenido de calidad, diseño atractivo, interacciones genuinas** con tu audiencia y, cada vez más, la incorporación de herramientas de **inteligencia artificial** para optimizar procesos y potenciar resultados.

CONTINUAR

## ¿En qué consiste la presencia online?

---

La **presencia *online*** conforma un **ecosistema de medios, plataformas y elementos** a través de los cuales construimos el posicionamiento de nuestra marca.

Para ayudarnos a entender mejor de qué se trata el ecosistema de medios, analicemos la **trifecta del *marketing digital***: un mapa acerca de la presencia *online* de una marca.



When we show up to the present moment with all of our senses, we invite the world to fill us with joy. The pains of the past are behind us. The future has yet to unfold. But the now is full of beauty simply waiting for our attention.

## Medios pagos

Son todos los **medios en los que invertimos dinero**, por ejemplo, publicidad en redes sociales, en Google Ads, acciones de prensa, entre otras.



En caso de no visualizar esta imagen, ingresá haciendo click [acá](#)

## Medios ganados

Son todos los **medios que “nos ganamos” como marca, como comentarios, reseñas, artículos, recomendaciones de usuarios** (al ser contenidos producidos por terceros, podrían llegar a ser negativos).



En caso de no visualizar esta imagen, ingresá haciendo click [acá](#)


## Medios propios

Son todos aquellos **canales que pertenecen a la marca y que son creados y gestionados directamente por sus propietarios**. Esto incluye el sitio web, aplicaciones móviles (apps), blogs y perfiles en redes sociales.



En caso de no visualizar esta imagen, ingresá haciendo click [acá](#)

En conclusión, la **trifecta del *marketing* digital** representa un enfoque integral para **maximizar la visibilidad y el impacto de cualquier estrategia de *marketing***. Si bien cada uno de estos elementos tiene un papel crucial en la construcción de la presencia de una marca, **en este módulo nos centraremos en los medios propios.**



Al dominar nuestros **sitios web, blogs, apps y redes sociales** propias, podemos **controlar completamente el mensaje**, construir una conexión **auténtica** y generar una experiencia **valiosa** para nuestra audiencia.

Antes de profundizar en los distintos tipos de medios, te invitamos a escuchar un breve pódcast que amplía esta idea. En él exploraremos cómo los **medios propios** se convierten en el punto de partida para construir una identidad digital sólida y coherente, permitiendo a las marcas comunicar su propuesta de valor con autenticidad y continuidad. Este recurso te ayudará a comprender por qué dominar estos canales es esencial para fortalecer la relación con tu audiencia.

05:04

En caso de no poder acceder al audio, ingresá haciendo click [acá](#)

**CONTINUAR**

# Sitio web: elemento crucial de los medios propios

---

El **sitio web** es la **"casa"** de la marca en internet y el núcleo de su presencia *online*. Desempeña un papel crucial en la estrategia de *marketing* de cualquier emprendimiento o marca. ¿Por qué?

- **Aumenta la visibilidad y credibilidad** de tu marca o emprendimiento, permitiéndote alcanzar a un público más amplio y generar la confianza de los clientes.
- **Es el centro de tu presencia en línea**, proporcionando un lugar único donde los clientes puedan **encontrar toda la información** que necesitan y la **narrativa** de tu marca, es decir, los valores, misión y visión de tu empresa.
- **Ofrece asistencia al cliente** a través de preguntas frecuentes (FAQ), opciones de contacto directo y chats en vivo o asistentes virtuales con inteligencia artificial, para mejorar la experiencia del usuario.

- **Permite recopilar datos sobre tus visitantes y clientes** y usar la información para **analizar comportamientos**, preferencias y tendencias.
- **Integra otros canales digitales** conectando tu sitio con perfiles de redes sociales, plataformas de *marketing* por correo electrónico y sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) para crear una experiencia de usuario cohesiva y aumentar la efectividad de tus campañas.

## ¿Y para qué nos sirve un sitio web?

### Generar tráfico y visibilidad —

Un sitio web puede tener como objetivo generar tráfico y visibilidad de la marca. Por ejemplo, un **blog de recetas saludables** puede **atraer a miles de usuarios interesados en mejorar su alimentación**.

### Captar leads (potenciales clientes) —

Un sitio web bien diseñado puede ayudar a captar *leads* mediante la **recolección de información de contacto** de usuarios interesados, como correos electrónicos, a través de **formularios, suscripciones a newsletters** o contenido descargable. Por ejemplo, una **consultora que genera reportes estadísticos** que solicita que el usuario ingrese sus datos para que pueda descargar su contenido.

## Aumentar tus ventas —

Los **sitios web e-commerce** están diseñados para **impulsar las ventas**, ofreciendo una experiencia de compra **fácil, segura y personalizada**. Desde mostrar **recomendaciones de productos** hasta proporcionar **descuentos especiales**, todo está enfocado en convertir visitantes en clientes.

## Fidelizar clientes —

Un sitio web puede ayudar a **fidelizar clientes** mediante el uso de **contenido exclusivo, ofertas especiales y programas de lealtad**. Podés convertir a los clientes en embajadores de la marca. Por ejemplo, un **gimnasio** ofrece a sus miembros registrados acceso exclusivo a **entrenamientos en video y planes de nutrición** en su sitio.

## Monetizar el tráfico —

Si tenés un alto volumen de visitantes, podés **monetizar el tráfico** de tu sitio mediante estrategias como **anuncios, patrocinios, marketing de afiliados o contenido premium**. Por ejemplo, un **blog popular sobre tecnología** puede generar ingresos adicionales a través de **anuncios de [Google AdSense](#) y contenido patrocinado**.

## Establecer autoridad y credibilidad —

Un **sitio web bien gestionado** con contenido relevante y valioso puede **posicionarse como una autoridad** en tu industria, lo que genera **confianza y fortalece tu marca**. Por ejemplo, una **consultora en finanzas** comparte estudios de caso, análisis y consejos en su sitio, posicionándose como una **fuentes confiable** para las empresas que buscan asesoramiento.

## ¿Cuáles son las características de un sitio web?

Un **sitio web efectivo** es como una **casa digital bien organizada y acogedora**. Para que tus visitantes quieran quedarse, explorar y regresar, debe **ofrecer una experiencia que sea agradable, rápida y confiable**.

Esto significa tener un **diseño atractivo** que se **adapte a cualquier dispositivo**, un **contenido relevante** que responda a las necesidades de tu audiencia y **una navegación sencilla** para que encontrar lo que se busca sea un paseo, no una misión imposible. Además, **la velocidad de carga es clave**: nadie quiere esperar mucho tiempo. **Si tu sitio es rápido y seguro**, vas a ganar puntos con tus visitantes y frente a Google.

**Pero, ¿qué más hace que tu sitio sea especial?**



**Llamados a la acción claros:** botones que inviten a los usuarios a comprar, registrarse o contactarte.

- **Integración con redes sociales:** para facilitar la compartición de contenido.
- **Contenido multimedia:** imágenes y videos que enriquezcan la experiencia del usuario.
- **Seguridad y optimización móvil:** garantizando que todos, sin importar cómo accedan a tu sitio, disfruten de una buena experiencia.

Finalmente, es importante tener **herramientas de análisis para entender cómo interactúan tus visitantes** y, así, medir y mejorar constantemente. Es como tener un radar para saber qué gusta, qué no y cómo hacer que tu “casa digital” sea aún más cómoda y eficiente para los usuarios.

CONTINUAR

# Descarga en PDF

---



**Campañas con IA y potencialidades.pdf**

393.6 KB

