



# Sostenibilidad empresarial, marketing y redes sociales

---

## MÓDULO 5

"El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella..."



Co-funded by  
the European Union

Con la llegada de Internet, los hábitos de compra del consumidor han cambiado mucho. Antes de comprar un producto/servicio, Te gusta informarte en internet sobre el producto/servicio y tu empresa para poder hacerte una opinión. Además, la crisis sanitaria de COVID ha puesto de manifiesto la importancia de que las empresas tengan una presencia online, una empresa que no tenga presencia online está perdiendo varias oportunidades de crecimiento en el ámbito de la marca y en las ventas.

Hoy en día, las redes sociales son poderosas aliadas y herramientas esenciales para la expansión y sostenibilidad de un negocio online y offline. Este módulo presenta una introducción al marketing digital con un enfoque en el marketing en redes sociales, y en cómo mejorar la presencia online de Tu empresa para asegurar su sostenibilidad.

# Sostenibilidad empresarial, el marketing, y redes sociales



Co-funded by  
the European Union

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

*"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."*

# Actividad para romper el hielo

## 1. ¿Qué opinas acerca de este incremento?

El Informe de Estadísticas Globales 2021 actualizado, publicado por Hootsuite, y We Are Social, revela que más de 4.800 millones de personas en todo el mundo utilizan ya Internet, 300 millones de usuarios más que en 2020 (+5,7%).

## 2. Como futuro o actual empresaria, ¿qué significa esta información para ti y tu negocio?

Actualmente hay 4.480 millones de usuarios de redes sociales en el mundo, lo que representa casi el 57% de la población mundial total.



**Tema 1**  
**EL PAPEL DEL  
MARKETING EN LA  
SOSTENIBILIDAD DE  
UNA EMPRESA**

**Tema 2**  
**¿QUÉ ES EL  
MARKETING  
DIGITAL?**

**Tema 3**  
**¿POR QUÉ SON  
IMPORTANTES LAS  
REDES SOCIALES  
PARA UNA  
EMPRESA?**

# El papel del marketing en la sostenibilidad de una empresa

"El **marketing** puede definirse como el **análisis de las necesidades** de los consumidores y el **conjunto de acciones** utilizadas por las organizaciones para influir en su comportamiento. El marketing **crea un valor percibido** por los clientes y adapta la oferta comercial de la empresa a los deseos de los consumidores". (e-marketing.fr)

## TEMA 1



# El papel del marketing en la sostenibilidad de una empresa

Hasta 2004, la estrategia de marketing de una empresa solía ser una mezcla. Se componía de **4 factores clave** llamados las **4P's: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción** de un producto/servicio. Una estrategia coherente puesta en práctica por las empresas, especialmente las pequeñas y medianas, para dar a conocer sus productos y hacerlos circular en el mercado. A partir de 2004, se produce la explosión de Internet y, con ella, el aumento de las páginas web y la aparición del comercio electrónico. Como resultado de ello se añadió un nuevo factor clave a las 4p's que es **"Personas"**.

## TEMA 1

# El papel del marketing en la sostenibilidad de una empresa

Por lo tanto, la estrategia de las 4P se convirtió en la estrategia de las 5P. Este nuevo factor implica una mayor interacción con el consumidor, hoy, más que nunca, la opinión del consumidor es muy importante para la reputación, el éxito y la sostenibilidad de una empresa, y es aquí donde una buena estrategia de marketing puede ayudar. Porque el consumidor ya no compra sólo un producto/servicio, sino también una experiencia.

## TEMA 1



# El papel del marketing en la sostenibilidad de una empresa

Un consumidor satisfecho se convierte en un cliente fiel y a su vez recomienda la empresa y su producto/servicio a su alrededor o en las redes sociales, de ahí la importancia del marketing digital.

## TEMA 1

# 5 P's MARKETING MIX

## Product

Be specific. Explain the features of your products and services and how they specifically benefit your market. Understanding how your product solves your market's problem in a different way than your competitors is crucial.

## Prix

How much do you charge for your product or service? It should be enough to cover your expenses and make a profit, but it should be what the market is willing to pay for the quality of the product and the level of service you provide.

## Place

Where are your products and services sold? How are your products and services distributed? How will you get them to your target customers.

## Promotion

What methods will you use to get your products and services in front of your prospects and customers? To do this, you need to understand your market, including where it is and how you can create marketing messages that it will respond to.

## Person

The people and services you use in your business can impact your success. If your salespeople or virtual assistant are poor quality, you may lose customers. You will have complaints to deal with. With competition, customers have a choice of who to do business with and they prefer companies that offer attentive and responsive service.

# ¿Qué es el marketing digital?

Por definición, el marketing digital es la forma de promocionar tu marca, tu producto/servicio online. Tu objetivo es atraer a tus clientes objetivo, con los que te relacionas para convertirlos en clientes potenciales o fieles. Si quieres llegar a tus clientes potenciales en línea, el marketing digital puede ayudarte.

## TEMA 2



# ¿Qué es el marketing digital?

Para ello, existen 6 palancas en el marketing digital para comunicar su mensaje a su público objetivo:

- **Página web:** Es donde sus clientes objetivo tienen el primer contacto con su empresa. Para ver sus productos/servicios, los precios o querer ponerse en contacto contigo. Por lo tanto, su página web es donde tus clientes juzgarán a tu empresa y tus ofertas. Por eso debes afinar la arquitectura y el diseño.

## TEMA 2

# ¿Qué es el marketing digital?

**La referenciación natural (SEO):** Según un estudio del IFOP transmitido por FrenchWeb, en el ámbito del B2C, el 90% de las personas investigan en Internet antes de comprar en una tienda física. El objetivo del SEO es situar sus páginas en una posición más alta en la página de resultados de los motores de búsqueda y aumentar así su visibilidad para una o varias palabras clave determinadas. Por eso, si quieres llegar a clientes objetivo que no conocen necesariamente tu marca o tu nombre de dominio, es importante aparecer en los motores de búsqueda, especialmente en Google.

## TEMA 2

# ¿Qué es el marketing digital?

- **Marketing de contenidos:** Consiste esencialmente en la publicación y promoción de contenidos web (blog, newsletter, vídeo, podcast, visual...)
- para atraer, informar y convertir a tus clientes objetivo. Estos contenidos se crean, en particular, para aumentar el conocimiento de la marca, aumentar el tráfico a su sitio web, generar nuevos clientes potenciales, o para retener a tus clientes actuales.

## TOPIC 2

# ¿Qué es el marketing digital?

- **Marketing en las redes sociales:** . El marketing en redes sociales consiste en promocionar tus contenidos e interactuar con tus consumidores objetivo en las plataformas sociales: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter...

**Publicidad online (display):** Se trata de anuncios de pago para atraer a clientes potenciales a tu página web.

## TEMA 2

# ¿Qué es el marketing digital?

- Marketing por correo electrónico: El marketing por correo electrónico se utiliza principalmente no para generar nuevos clientes potenciales, sino para nutrir esos clientes potenciales una vez que han mostrado una primera señal de interés en el envío de un boletín periódico.
- Cuando se explotan bien, estos apalancamientos contribuyen al desarrollo de una empresa en términos de imagen, valores y calidad de los productos/servicios. También permiten a la empresa crear un fuerte vínculo a lo largo del tiempo con sus clientes. En este módulo, nos centraremos en las palancas de los medios sociales

## TEMA 2



# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

Aproximadamente el 71% de los clientes que han tenido interacciones positivas en las redes sociales con una empresa recomendarían la marca a otras personas en el futuro.

Las redes sociales son una estrategia de marketing digital eficaz que llega a clientes de todo el mundo. Estas son algunas de las principales razones por las que las empresas deberían ampliar su presencia en las redes sociales:

## TEMA 3

JUL  
2021

# USE OF SOCIAL PLATFORMS AS SOURCES OF NEWS

PERCENTAGE OF **WORLDWIDE SURVEY RESPONDENTS\*** WHO SAY THEY USE EACH SOCIAL PLATFORM TO DISCOVER AND ACCESS NEWS CONTENT

FACEBOOK



44%



YOUTUBE



29%



WHATSAPP



23%



INSTAGRAM



15%



TWITTER



13%

FB MESSENGER



12%



TELEGRAM



6%



TIKTOK



4%



LINKEDIN



4%



SNAPCHAT



2%

# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

- Comprender al cliente: con una fuerte presencia en los medios sociales, las empresas pueden comprender las necesidades de los clientes analizando su participación e intereses en determinados temas o productos.

## TEMA 3

# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

- **Aumentar la fidelidad a la marca:** A través del compromiso directo con los clientes, una estrategia de marketing en redes sociales aumenta la fidelidad a la marca, la satisfacción y la retención de los clientes. Una empresa con un perfil activo en las redes sociales establece una mejor comunicación con sus clientes actuales y potenciales. Estas plataformas permiten a la empresa ofrecer respuestas rápidas y mensajes personales a los clientes, fortificando un vínculo de pertenencia.

## TEMA 3



# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

- **Aumentar el conocimiento de la marca:**

Aumentar el conocimiento de la marca: el marketing online a través de un sitio de medios sociales aumenta el conocimiento de la marca al ofrecer oportunidades de establecer una red directa con los clientes. Dedicar unas horas a la semana a la participación online aumentará la imagen y la visibilidad de la marca.

- **Increase website traffic:** sharing content on social media increases the likelihood of customers visiting the company's website.

## TEMA 3

# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

## Cómo utilizar las redes sociales para la empresa

1) En primer lugar, es importante definir qué red(es) social(es) es(son) apropiada(s) para su empresa, en función de los objetivos que desea alcanzar, por ejemplo, destacar sus productos/servicios para diferenciarse de la competencia, presentar tu marca y tus valores para fidelizar a tus clientes, etc.

## TEMA 3



Facebook is perfect for more engagement-based content and softer sells. Photos and videos work well, as does showing behind-the-scenes updates and the names and faces of the real people behind your brand.



As an image-based social networking site, Instagram is another great place to grow your business through engagement and brand awareness as opposed to outright sales. To make the most of the network, tap into everything that it has to offer including live videos and Instagram stories.



As the world's foremost business social networking site It's ideally suited to lead generation techniques such as setting up webinars or offering free downloadable whitepapers and ebooks.



Pinterest users tend to be made up of a specific demographic, mostly women. It's particularly popular amongst arts and crafts communities, wedding planners and fashion



Twitter is a little bit like a mix of Facebook and Instagram with LinkedIn thrown in for good measure. It's a great place to share and to comment on breaking news and it can also be useful for live-tweeting events or providing customer service.



One of the best ways to raise brand awareness and to generate results from a YouTube marketing strategy is to work with influencers to sponsor videos.

# ¿Por qué las redes sociales son importantes para tu negocio?

## Cómo utilizar las redes sociales para la empresa

### 2) Desarrollar socios afiliados

Se trata de poner en marcha un programa de afiliados, para convertir a los consumidores en embajadores de tu marca. Por ejemplo: utilizar códigos de patrocinio para recompensar a quienes animen a sus amigos a realizar una compra.

### 3) Realice concursos

Los concursos son una forma garantizada de conseguir engagement en las redes sociales.

## TEMA 3

# ¿Por qué las redes sociales son importantes para el negocio?

## Cómo utilizar las redes sociales para la empresa

4) Proponer contenidos de calidad

Asegúrate de que tus contenidos (fotos, vídeos, visuales...) son de buena calidad y destacan tus productos o servicios.

5) Aprovecha al máximo las funcionalidades de cada red social

Ya sea instagram o facebook, las actualizaciones se realizan regularmente para ofrecer funcionalidades que tienen como objetivo ayudarte a promocionar tu

## TEMA 3

# Ideas de publicaciones para las redes sociales

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Publicar citas</b><br/>Las citas suelen ser muy populares entre los suscriptores. Ayudan a transmitir el compromiso de tu marca de compartir pensamientos positivos.</li> <li>• <b>Promocione sus productos y servicios</b><br/>Las redes sociales son los escaparates de tu actividad y siguen siendo un espacio dedicado a la promoción de tus productos y servicios. Utiliza elementos visuales de calidad en tu feed, en tus historias asociando contenidos informativos, relevantes, lúdicos o divertidos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Compartir tutoriales</b><br/>Este tipo de contenido tiene un alto potencial de compromiso porque forma parte de un proceso de educación, aprendizaje y entretenimiento para el público objetivo. Por lo tanto, es posible ofrecer varios tutoriales, de acuerdo con tu actividad y compromisos. Para ello, parece acertado apostar por el formato carrusel, especialmente eficaz en Instagram y en LinkedIn, por ejemplo. O los vídeos cortos (Reel) en Instagram y Tik Tok.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Publicar entre bastidores</b><br/>Los "behind the scenes" son tipos de contenido que permiten mostrar el backstage de una marca (entre bastidores de la fabricación, el progreso de un proyecto, la próxima novedad...) para llevar a su comunidad a su universo. Este tipo de post permite apoyarse en el storytelling y humanizar una empresa para hacerla más cercana a tu público objetivo.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Haz preguntas a sus seguidores</b><br/>Haz preguntas a tus suscriptores a través de: encuestas, pegatinas de preguntas. Esto invita a tus suscriptores a interactuar contigo y a darte su opinión ....</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Compartir testimonios de clientes</b><br/>Este tipo de contenido no sólo ayuda a difundir una marca, sino que también mejora tu comunidad. Esto crea una sensación de confianza en tu marca.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Centrarse en el contenido estacional</b><br/>El contenido relacionado con las fiestas es una buena manera de estimular a tu comunidad y generar compromiso. Aprovecha los eventos de temporada para</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |

La misión del marketing como proceso de gestión de las organizaciones es construir una base de clientes y asegurar, a largo plazo, su fidelidad sostenida, realizando diariamente las acciones necesarias para fortalecer su satisfacción. Hoy en día, los medios sociales son poderosas herramientas que permiten implementar estas acciones que ayudarán a que su negocio sea sostenible.

## Conclusión

# ¡Hora de practicar!

## Primera actividad práctica



- 1) Hoy, más que nunca, la opinión del consumidor es muy importante para la reputación, el éxito y la sostenibilidad de una empresa. ¿La afirmación es verdadera o falsa?
- 2) El número de páginas web aumentó después de 2014. La afirmación es verdadera o falsa?
- 3) Rellena el hueco  
el marketing digital es la vía para \_\_\_\_\_ su marca, su producto/servicio \_\_\_\_\_
- 4) Entre estas propuestas, ¿cuáles forman parte de las 5P's?
  - a) Pasión, Precio, Producto, Colocación, Promoción
  - b) Producto, Precio, Colocación, Promoción, Persona
- 5) Entre estas acciones, ¿cuál representa una de las 6 ventajas del marketing digital?
  - a) Desarrollar una nueva línea de productos
  - b) Organizar un concurso en las redes sociales
  - c) Organizar una venta privada



# ¡Hora de practicar!

## Respuestas



1) Verdadero

2) Verdadero

3) Rellenar el hueco

el marketing digital es la forma de **promocionar** su marca, su **producto**/servicio en línea

4) Entre estas propuestas, ¿cuáles forman parte de las 5P's?

b) **Producto, Precio, Colocación, Promoción, Persona**

5) Entre estas acciones, ¿cuál representa una de las 6 ventajas del marketing digital?

b) **Hacer un concurso en las redes sociales**



# ¡Hora de practicar!



## Segunda actividad práctica: Implementar una estrategia de marketing digital para tu negocio

- En primer lugar, define los objetivos que deseas alcanzar para tu actividad
- En función de estos objetivos, pon en marcha las 3 palancas de marketing digital que mejor se adapten a tu negocio
- Define qué red social es la más adecuada para tu actividad

Cómo crear una cuenta de Facebook

Cómo crear una cuenta de Instagram

Cómo crear una cuenta en LinkedIn

Cómo crear una cuenta en Twitter

Cómo crear una cuenta en Pinterest

Cómo crear una cuenta en Youtube



# Referencias

Consultado en: <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/est-que-marketing-238286.htm>

Consultado en: <https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>

Consultado en: <https://www.plytix.com/blog/evolution-of-ecommerce-timeline>



# WE GET WOMEN ENTREPRENEURS GENERATING ENHANCED TRAINING



✉ [wegetproject@gmail.com](mailto:wegetproject@gmail.com)

🌐 [we-get.eu](http://we-get.eu)

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

*"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."*



Co-funded by  
the European Union