

## MARKETING DE CONTENIDOS (BLOG)

- 55% Las compañías con blog reciben un 55% mas de visitas
- 97% Las webs con blog reciben un 97% mas de enlaces entrantes que el resto
- 63% Los blogs tienen un 63% mas de probabilidades de influir en una compra que una revista.
- 70% El 70% de los usuario prefiere conocer a una empresa a través de sus artículos que a través de la publicidad.

### Objetivos

1. Atraer visitantes
2. Incrementar la interacción con consumidores
3. Obtener información de contacto

## MARKETING PARA BUSCADORES

- 42% El 42% hace clic en los primeros resultados
- 62% El 62% hace clic en los resultados de la primera pagina
- 23% El 23% visita los resultados de la segunda pagina
- 15% El 15% intenta con otra palabra o con otro buscador

### Objetivos

1. Incrementar el tráfico
2. Incrementar el número de clientes potenciales
3. Difusión de marca



## MEDIOS SOCIALES

El 61% de las compañías encuentra compradores a través de LinkedIn, el 67% a través de Facebook y el 53% a través de Twitter.



- El 51% de los fans de Facebook son mas proclives a comprar las marcas que les gustan.
- Los fans son un 41% mas proclives a recomendar a sus amigos un producto seguido
- Los fans son un 28% mas proclives a continuar consumiendo una marca que los que no lo son

### Objetivos

1. Generar exposición de marca
2. Incrementar tráfico y suscriptores
3. Mejorar la clasificación de búsqueda

## MARKETING POR CORREO ELECTRÓNICO

El 83% de los internautas comprueba su email al menos una vez al día

Una campaña de marketing por email suele obtener entre un 20 a un 30% de apertura.



- 74% Es el método preferido por el 74% de los internautas para comunicaciones comerciales
- 84% Una media del 84% de los mensajes llega a la bandeja de entrada del destinatario

### Objetivos

1. Atraer clientes con contenidos que les interesan.
2. Envío de información relevante a lista de suscriptores
3. Conseguir que los clientes potenciales se conviertan en clientes