Título: Fundamentos del plan de marketing en Internet.

Autora: Mayte Saa González.

ISBN: 978-84-9839-613-3.

Fecha de publicación: 2019.

**EXAMEN**

**1. Mara y Pablo tienen un establecimiento de puericultura en Vigo. De momento, no tienen tienda online y solo venden productos de forma presencial en su local.**

**En su momento se lanzaron a la aventura sin hacer ningún estudio de mercado previo para saber si el negocio sería viable y tendrían suficientes clientes. La cosa no va bien y no pasan muchos clientes por delante de su puerta, así que han buscado asesoramiento y han decidido mejorar el planteamiento de su negocio a través de la creación de una estrategia de marketing que les ayude a conocer su entorno y a definir sus objetivos y actuaciones.**

**Imagina que trabajas en la consultoría de marketing que asesora a Mara y Pablo y te han pedido que definas su público general y objetivo, y que detalles las características concretas de una buyer persona o cliente ideal de su tienda de bebés.**

Solución:

**• Público general:** personas que residen en la ciudad de Vigo y alrededores.

**• Público objetivo:** personas jóvenes de Vigo, con un nivel socioeconómico medio-alto, que acaban de ser madres y padres, o que prevén serlo en los próximos meses, y sus familiares o amigos cercanos

**• *Buyer* persona:**

**¿Cómo es?**

- Nombre: Marta

- Sexo: mujer.

- Edad: 31 años.

- Formación: universitaria.

- Profesión: emprendedora.

- Situación respecto a hijos: embarazada.

**¿Qué hace?**

Suele hacer su vida diaria a pie en las proximidades de la zona en la que vive y utiliza las nuevas tecnologías a diario: con su teléfono móvil navega por internet y gestiona la relación con sus clientes. La red social que más utiliza es Facebook. Le gusta asumir retos y hacerlo muy preparada Viaja mucho en coche los fines de semana

**¿Cómo se siente?**

Le preocupa la seguridad del bebé en el vehículo., así que está segura de que necesita un carrito de bebé que le permita moverse libremente. También tiene dudas sobre cómo será tener al bebé los primeros meses, por eso valora la compra de cualquier elemento tecnológico (como un vigilabebés), que le ayude a mantener el control de la situación en todo momento.

**¿Cómo quiere ser?**

Quiere compatibilizar la maternidad y el trabajo de forma equilibrada.

**¿Qué quiere hacer?**

Quiere mantener su ritmo de vida, ascender en su trabajo y asumir nuevos retos personales

**¿Cómo quiere sentirse?**

Le gustaría sentir que tiene el control sobre todas las incertidumbres de la maternidad, libertad de movimientos aun llevando el bebé consigo a todas partes y la tranquilidad de que su bebé estará seguro vaya a donde vaya.

**2. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es la estrategia centrada en estudiar, analizar y trabajar con cuatro variables: producto, precio, punto de venta o distribución y promoción.**

**a. B2B.**

**b. Marketing conversacional.**

**c. Marketing mix.**

**d. Análisis DAFO.**

Solución: c.

**3. Señala si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **V** | **F** |
| Es recomendable introducir la dirección de tu web y redes sociales en todo el material físico que desarrolles | X |  |
| El marketing de afiliación es la estrategia que persigue aumentar las conversiones a través de la recomendación de tus productos y servicios por parte de otras personas. | X |  |
| Los anuncios clasificados pueden incluir elementos como títulos, textos e imágenes | X |  |
| Los navegadores son sistemas que facilitan el acceso, clasificación y organización de la información en la web |  | X |
| El sitemap es una relación de todas las páginas de una web que quieres que sean indexadas | X |  |

**4. Todos los objetivos de tu plan de marketing digital han de ser… (Respuesta múltiple).**

**a. Específicos.**

**b. Medibles.**

**c. Alcanzables.**

**d. Temporalmente indefinidos.**

Solución: a, b y c. Todos los objetivos de tu plan de marketing digital han de ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporalmente definidos.

**5. ¿Qué termino se utiliza en marketing digital para referirse a las personas que han dado ya un primer paso en tu embudo de conversión y te han mostrado un interés directo y claro sobre tu propuesta, facilitándote sus datos personales para que les envíes más información para poder suscribirse a tu boletín electrónico o para acceder a algo que le ofreces?**

**a. Tráfico.**

**b. Audiencia.**

**c. Usuarios.**

**d. Lead.**

Solución: d. En marketing digital se utiliza este término lead para referirse a las personas que han dado ya un primer paso en tu embudo de conversión y te han mostrado un interés directo y claro sobre tu propuesta, facilitándote sus datos personales para que les envíes más información para poder suscribirse a tu boletín electrónico o para acceder a algo que le ofreces.

**6. ¿Cómo se conoce al tipo de lead que consiste en diseñar y realizar campañas muy segmentadas y enfocadas a las necesidades concretas de cada grupo de leads?**

**a. Lead scoring.**

**b. Lead nurturing.**

**c. Lead cualificado.**

**d. Lead poco cualificado.**

Solución: b. El lead nurturing consiste en diseñar y realizar campañas muy segmentadas y enfocadas a las necesidades concretas de cada grupo de leads. En cambio, el lead scoring es la clasificación de los contactos de la base de datos de la empresa según diferentes variables.

**7. ¿Qué herramienta SEO te permite conocer el rendimiento general de tu sitio y su estado de indexación?**

Solución:

La herramienta que te permite conocer el rendimiento general de tu sitio y su estado de indexación es Google Search Console.

**8. Imagina que tienes un blog en el que hablas sobre marketing digital. En este blog has definido como categorías de contenidos las siguientes:**

**- Plan de marketing.**

**- SEO.**

**- SEM.**

**- Monitorización.**

**¿Qué tres etiquetas podrías crear para asignar a tus contenidos?**

Este ejercicio es de respuesta abierta. A continuación, se ofrece simplemente una propuesta de respuesta, pero no una solución cerrada.

Si piensas en elementos en los que podrías desglosar cada categoría o en elementos que sean comunes a varias categorías, al mismo tiempo estarías definiendo posibles tags. En concreto, para tu blog de marketing digital podrías establecer las siguientes etiquetas: palabras clave, KPI y campañas de marketing.

**9. ¿Qué debes tener en cuenta a la hora de crear las categorías en tu web y blog?**

Solución:

Para definir las categorías de tu blog y de tu web debes utilizar criterios coherentes que entiendan las personas. Busca términos alternativos para no redundar las categorías en web y blog. Si utilizas los términos más utilizados para las búsquedas mejor porque organizarás los contenidos de la forma en la que la gente los necesita y te ayudará a escalar puestos en los resultados de los buscadores.

**10. ¿Para qué sirve el archivo robots.txt?**

Solución:

El archivo robots.txt es un archivo de texto a través del cual se les dice a los buscadores qué recursos no deben de rastrear para que no pierdan tiempo en ello.