

Freelance

En una estrategia de **Marketing Online**, el **contenido** ocupa un sitio importante. Un contenido de **calidad**, con **palabras clave** destacadas y un **visual** bonito; hacen que una **web / Blog / Marca** tengan más **visibilidad** y se **posicionen** mejor en **Internet**.

Como **autora** de este Blog, propongo **mis servicios** para elaborar **contenidos digitales** y estas son mis **tarifas** :

REDACCIÓN DE CONTENIDO / TARIFAS		
TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
REDACCIÓN DE CONTENIDO	1 HORA	15,00 €
POST	HASTA 400 PALABRAS	15,00 €
POST	DE 400 A 600 PALABRAS	20,00 €
WEB SITE	REDACTAR EL CONTENIDO DE UN WEB SITE	PRECIO A CONVENIR
E-BOOK	REDACTAR UN LIBRO ELECTRÓNICO	PRECIO A CONVENIR
CURSOS MARKETING DIGITAL / TARIFAS		
CLASE A DOMICILIO	1 HORA	40,00€

PRECIOS VÁLIDOS DESDE DIC. 2014 HASTA DIC. 2015 IVA 21% NO INCLUIDO

¿ Por qué ?

Elaboro contenidos de calidad gracias a los **estudios** realizados tanto en **Marketing Internacional** (licenciada ADE, especialidad Marketing), como en **idiomas** (certificada por el Instituto Cervantes como bilingüe francés y español). Por consiguiente, el Marketing (on y offline) así como la escritura, son mis temas de predilección.

Por otra parte este Blog contiene casi 200 posts, de unas 350 palabras cada uno, con palabras clave destacadas, con imágenes; y es realización propia al 100%.

Mi **experiencia laboral** se ha desenvuelto en 3 sectores : **comunicación / publicidad, Hostelería e Internet** (hasta ahora). Los proyectos llevados a cabo hacen que hoy en día sepa tratar y entender las necesidades de cada uno.

¿Cómo?

La realización de un post o de una petición laboral se consigue siguiendo estas pautas:

1- Briefing y contra briefing

- **Acuerdos previos** : El cliente especifica su solicitud; en el caso de un post sería el tema y las palabras clave. Conjuntamente se acuerdan condiciones generales.
- **Aprobación** de lo acordado por el cliente.

2- Desarrollo

- **Realización de una primera versión**, que queda sujeta a aprobación del cliente.
- **Ajuste del texto** : según modificaciones del cliente y opinión de éste último sobre el resultado final.

3- Entregable

- **Formato** : Envío del trabajo en formato previamente determinado.
- **Plazos** : El plazo de entrega.

Quedo disponible para contestar a cualquier duda o petición que pueda surgir a través de este formulario:

Nombre(requerido)

Correo electrónico(requerido)

Duda / Petición(requerido)

Enviar »

Negocios Digitales Puros E Híbridos



Modelo de negocio digital puro

Un negocio digital puro desarrolla su actividad **exclusivamente en internet**, no tienen tienda física donde la gente compra sus **productos** o **servicios**. Ahora si, en el “**backoffice**” tienen **oficinas** donde los **empleados gestionan** y hacen que la empresa evolucione acorde con el **mercado**. Podemos citar a las empresas que todos conocemos como son [Google](#), [Facebook](#), entre otros. Efectivamente observamos que los **motores de búsqueda** existen gracias al **mundo digital**, los **internautas** entran en la red y los utilizan para encontrar **información**, productos y servicios. **Las redes sociales** también tienen razón de ser únicamente por la existencia del **online**, las **comunidades interactúan** y se conocen a través de la red.

Modelo de negocio digital híbrido

Son aquellos que tienen **presencia física** y que, al mismo tiempo utilizan el mundo digital como una extensión de su negocio. Se conocen varios tipos de modelos híbridos, como son :

+ **e.commerce** : son empresas que utilizan el **comercio electrónico** para la **compra o venta** de sus productos. Por ejemplo, el "[Fnac](#)" es una tienda física que ha integrado en su modelo de negocio las **nuevas tecnologías** por lo que también vende sus productos online.

+ **Publicidad online** : se trata de un negocio que incorpora el online en su **estrategia de comunicación / publicitaria**. Es decir, una misma empresa que se hace visible en internet mediante **Blogs, Banners, Periódicos online** o el uso de **Google Adsense**. **Ford, Ebay, CNN**, son unas de las empresas que administran sus blogs de manera a tener presencia digital.

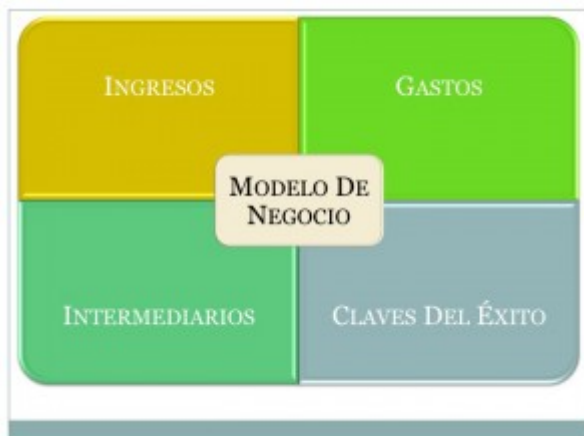
+ **Marketplace** : son **plataformas** que permiten el **encuentro** entre **ofertante** y **solicitante** en cuanto a compra-venta de productos o servicios. Estos sitios representan el futuro de los recursos humanos dado que permiten filtros, bajar costes y rapidez.

+ **Infoproductos** : se denominan así los **e-books, webinars**, entre otros. Permiten a la vez informar al interesado y promocionar al autor sobre sus aptitudes.

+ **Marketing de afiliación** : un portal con mucho **tráfico** ofrece su espacio a otra empresa que se quiera **promocionar** a través de un anuncio en aquel espacio, a cambio de una **comisión** proporcional a las **ventas** o **clics** conseguidos a través de este anuncio.

Modelos De Negocio En

Entornos Digitales



Básicamente un **modelo de negocio** consiste en el análisis de las fuentes de **gastos**, **ingresos** e **intermediarios** de una empresa.

Inversión

En los modelos **digitales** los gastos son de **tiempo** en elaboración de **estrategia** digital, **creación** de **contenido**, **calidad**, materia **visual**, de manera a atraer **tráfico**.

Ingresos

Una vez el modelo es exitoso, las entradas económicas más destacadas se generan con: **reparto de tráfico**, **aplicaciones** y **publicidad**. Si el modelo realmente funciona entonces también se genera gracias a **acciones en bolsa** o **compra del negocio** por una empresa más fuerte.

Intermediarios

Existen varios tipos de intermediarios : los que tienen interés en **darse a conocer** a través de **internet**, los que lo utilizan para **conseguir información**, las **tiendas** que aprovechan los bajos costes para vender sus existencias online.

Las claves de éxito de modelo de negocio

+ **Detectar un problema que toca un gran número de personas y darle una solución.** Por ejemplo la empresa [BlaBlacar](#) que da una solución de transporte compartido y por lo tanto a **menor coste** a una **comunidad** de personas a la que le gusta **compartir**, que es viajante y que dispone de un pequeño **presupuesto**.

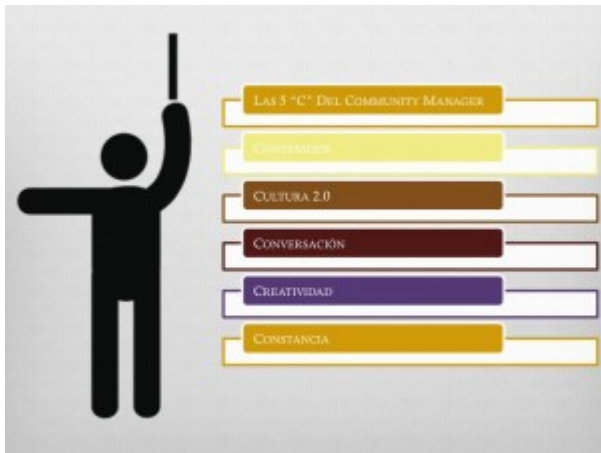
+ **Un negocio con vista internacional, franquiciable.** Empezar implementando el **concepto** en una ciudad, pueblo determinados a escala pequeña, y en inglés, de manera a poder ampliarlo en el mundo entero. Luego, franquiciarlo en más ciudades, países o con la posibilidad de compra por una multinacional (de allí el interés del inglés).

+ **Comunidad, participación e interacción.** El éxito se basa en la divulgación de la idea gracias a la comunidad. Por otra parte, el concepto permite la participación de los usuarios y en consecuencia la interacción entre los diferentes agentes. Dado que los extremos se atraen y que hoy en día se asiste al paroxismo del individualismo, observamos que los conceptos en los que se tiene que compartir resultan ser muy atractivos ante el público.

+ **El portal es declinable en aplicación móvil.** Es una gran fuerza de internet : la movilidad. Hoy en día internet está en todas partes. Dado el pequeño formato de los móviles y de manera a hacer el portal más cómodo en su uso en dispositivos móviles, es importante poder crear una aplicación.

+ **Valor añadido, algo en que nadie ha pensado anteriormente.** Las ideas exitosas suelen surgir entre los emprendedores conscientes de la **evolución del mercado**, al tanto de las **necesidades del público** y con espíritu emprendedor (creando una y otra vez conceptos novedosos).

El Community Manager En Marketing Digital



El papel del “Community Manager” consiste en **optimizar, dar calidad a la interacción entre el cliente, consumidor y la empresa, marca**. Construir, mantener esta relación de manera a crear “**engagement**” o **implicación, fidelización del público objetivo** hacia la empresa anunciante. Así como han florecido las redes sociales, existen muchas estrategias de Marketing Digital. Por lo que una manera de llegar al cliente y construir una buena relación con el, es mediante la **diferenciación**.

El “community manager” es un auditor de una marca en los medios sociales y quien gestiona el marketing y publicidad online de esta marca y en estos medios. Hoy en día existen muchas personas que se auto-promocionan mediante **LinkedIn** o **Twitter publicando y compartiendo contenidos** en estas redes sociales, responden a los **comentarios** de sus **contactos**, se ocupan de aumentar sus **seguidores**, actualizar su **perfil**, entre otros. De allí la importancia para un “community manager” de diferenciarse.

Debido a la modernidad del puesto, muchos directivos tradicionales no conciben bien las funciones de un “community manager”. Para que lo entiendan mejor se pueden nombrar las

siguientes tareas : **twittear, retwittear y mencionar de manera eficiente para la comunicación de la marca a su público objetivo; posicionamiento en redes sociales y en buscadores; “branding”; “lovemarks”, “engagement” de los clientes hacia la empresa anunciante; desarrollar el marketing relacional;** entre otros. Añadir la importancia de saber medir **reputación** positiva o negativa de la marca, saber sacar conclusiones de las diferentes **métricas** del social media y ajustar la estrategia a las fluctuaciones del mercado. Es la gran fuerza del marketing digital, todo se puede medir. Por lo que es importante que sepa elegir sus **herramientas** de medición, así como estar al tanto de las nuevas, de manera a tener **estadísticas en tiempo real** y poder reaccionar en el mismo momento de un comentario o nueva idea surgida de un contacto.

Finalmente, un buen “community manager” conoce a la perfección la marca que gestiona en las redes sociales, está al tanto de las últimas tendencias en marketing digital e interactúa con otros social media manager que le proponen alternativas y conocimiento.

Ventajas E Inconvenientes De La Afiliación Como Anunciante



En el tablero arriba, se ven destacados las principales ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación para el **anunciante**, sin embargo, cabe hacer hincapié en unos puntos en concreto, que es el objeto de este post.

Ventaja

En primer lugar, la mayor ventaja para el anunciante que podemos destacar es la posibilidad de ampliar su **sistema promocional** y por lo tanto sus **ventas**, pagando un **porcentaje** para cada venta realizada exitosamente. Es decir, una Revolución !!! Desde que el **Marketing** y la **Publicidad** existen, siempre se ha pedido al anunciante que arriesgue un **presupuesto** para **promocionar sus productos**, dándole una hipótesis de los potenciales resultados que puede obtener realizando esta **inversión**. Si, al salir de la campaña, y concretamente, los resultados eran buenos, entonces el anunciante se puede quedar satisfecho; de lo contrario la inversión publicitaria se convierte en pérdida. El marketing de afiliación ofrece al anunciante, la mayor seguridad, dado que le propone pagar la campaña de afiliación en función de /a la altura de las ventas realizadas. Es un sistema ingenioso, sobre todo cuando conocemos las condiciones económicas actuales.

Inconveniente

En cuanto a los inconvenientes, si es que se les puede llamar así, podemos nombrar: el **seguimiento de las estadísticas de la campaña y la actualización del contenido gráfico del anuncio**. Estos 2 puntos, pueden ser gestionados por las mismas **agencia, red de afiliación** que, en la mayoría de los casos proveen estos **servicios**. No obstante, sea en el caso de querer desarrollar la campaña de afiliación por uno mismo o contando con la agencia de afiliación, **el anunciante debe estar presente y activo** en la lectura de las estadísticas de su campaña, para poder intervenir en el **ajuste de su estrategia promocional** y/o descartar ciertos **afiliados** que no obtienen los resultados deseados. En cuanto al **contenido visual**, conocemos la gran importancia que tiene, en el **marketing offline** y más todavía en el **marketing online**. Por ello y con el objetivo de **diseñar el anuncio que optimizará las ventas, registros**, etc. el anunciante deberá comunicar de manera muy clara sus productos / servicios, sistema de descuentos, sus

ofertas, entre otros.