

# Qué es y qué no es estrategia en el marketing de tu negocio



Financiado por:



# Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a que las empresas comuniquen mejor, conecten con su público y vendan más.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

# Qué vamos a ver

1. Claves de una estrategia de marketing.
2. Qué evitar durante la planificación.
3. Recursos para construir tu estrategia.

# Claves de una estrategia de marketing

# NO es estrategia

**La estrategia NO es el canal.**  
Es la propuesta de valor que te  
diferencia del resto allí donde estés.

# NO es estrategia

**La estrategia NO es estática.**  
No puedes adaptar planes anuales a  
un mundo que cambia por horas.

# NO es estrategia

**Estrategia NO es sólo medir.**

Los productos/servicios que enamoran necesitan más que objetivos numéricos.

# NO es estrategia

**La estrategia NO es suficiente.**

Ejecutar bien un mal plan puede funcionar.

Ejecutar mal una gran idea puede arruinarte.

# Sí es estrategia

**Estrategia es SABER PRIORIZAR.**  
Combatir la “opcionalidad” y ser capaces de decir “No” a tiempo.

# Sí es estrategia

**La estrategia REQUIERE ALINEACIÓN.**  
Que todos los actores remen en la misma  
dirección para lograr resultados.

# Sí es estrategia

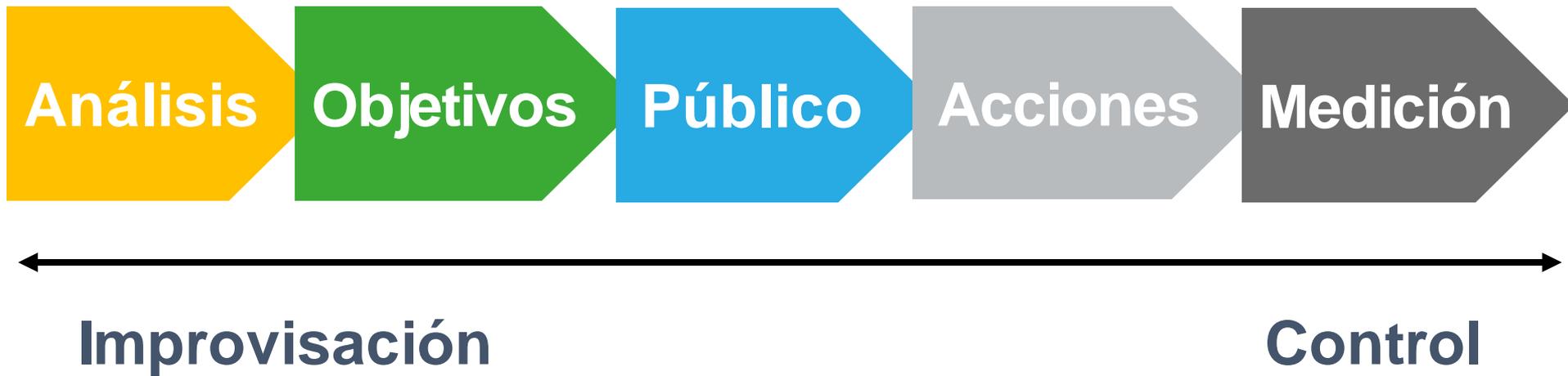
**Estrategia es TIEMPO vs DINERO.**

Ponerle precio a tu tiempo para comprender hasta dónde debes llegar.

# Sí es estrategia

**Estrategia es EVITAR LO MEDIOCRE.**  
Esos proyectos que reducen recursos,  
desalinean al equipo y hacen perder foco.

# Fases de la estrategia



# Fases de la estrategia

## Análisis

- ¿Qué presencia online tienes?
- ¿Qué productos/servicios destacan?
- ¿Qué tendencias copan el mercado?
- ¿Hay oportunidades y amenazas?

# Fases de la estrategia

- ¿Qué quieres conseguir?
- ¿En qué plazos lo lograrás?
- ¿Cómo concretas tus metas?
- ¿Qué indicadores vas a usar?



**Objetivos**

# Fases de la estrategia



## Público

- ¿A qué perfiles te orientas?
- ¿En qué canales están?
- ¿Cómo se comportan al comprar?
- ¿Qué puede ofrecerles tu marca?

# Fases de la estrategia

## Acciones

- ¿Qué acciones vas a desarrollar?
- ¿Cómo las adaptarás a tus canales?
- ¿Qué periodicidad le darás?
- ¿Con qué recursos cuentas?

# Fases de la estrategia

## Medición

- ¿Qué indicadores vas a usar?
- ¿Qué está yendo mejor o peor?
- ¿Cómo optimizar los resultados?
- ¿Qué es recuperable/desechable?

# La personalidad de tu marca

**Diferenciación**

**Involucración**

**Fidelización**

**Recomendación**

# La personalidad de tu marca

1

Diferénciate no a través del qué ofreces, sino mediante el cómo lo ofreces.

# La personalidad de tu marca

2

Involucra de forma natural, desde el seno de la empresa, a todos los empleados.

# La personalidad de tu marca

3

Mueve el foco del producto hacia el cliente y construye alrededor de este.

# La personalidad de tu marca

4

Promueve y facilita que los consumidores hablen de tu marca y la recomienden.

# Qué evitar durante la planificación

# Planes de acción inadecuados

No tiene sentido dedicarle semanas a un documento que nadie va a leer. Crea algo que se adapte a tu empresa y a tu momento.

# Inflexibilidad

La planificación es un apoyo, pero la estrategia debe ser flexible para corregir desviaciones y permitir margen de acción.

# Exceso de análisis

Los números son necesarios, pero su valor está en la interpretación y en la toma de decisiones.  
Huye de métricas vacías.

# Foco sólo en ventas

El objetivo principal de una empresa es vender.  
Pero debe existir equilibrio con aspectos clave (imagen, comunicación, etc.).

# Escasez de recursos

La mejor estrategia no sirve de nada sin los recursos técnicos, humanos y económicos para implementarla.

# Servicios innecesarios

En el lado contrario, la contratación de servicios innecesarios es un sumidero de recursos.  
Cuida tu tiempo y tu dinero.

# Falta de diferenciación

Sin una propuesta de valor clara/única, será difícil destacar en un mercado hipercompetido.  
No subestimes a tu competencia.

# Inconsistencia

Cambiar constantemente el estilo de comunicación y los valores de una marca confunde y resta fuerza a la estrategia.

# Estar en todos lados

Intentar abarcar demasiado, sin priorizar los canales relevantes para tu público, puede agotar tus recursos de forma rápida y fatal.

# Desalineación

Tu equipo debe estar alineado con el plan estratégico para evitar inconsistencias en la implementación y en la experiencia del cliente.

# Recursos para construir tu estrategia

# Recursos útiles



# Recursos útiles



# Recursos útiles

metricool



Estudios Twitter

## Cómo crecer en X en 2025: Datos clave

La guía para entender X, la red social del microblogging, destinada a profesionales. Aquí tienes las tendencias y conclusiones...

[Leer más +](#)



Estudios Instagram

## Estudio de Instagram 2024

Guía esencial de Instagram para profesionales. Las tendencias y cambios a tener en cuenta tras analizar 391.490...

[Leer más +](#)



Estudios Publicidad online

## Estudio TikTok Ads 2024. Estrategia y análisis

Agencias, marcas y social media managers, llega el estudio de TikTok Ads listo para resolver las incógnitas más comunes a la ho...

[Leer más +](#)



Estudios LinkedIn

## Ampliación del Estudio de LinkedIn 2024: datos por sectores



Estudios Facebook Ads

## Estudio Facebook Ads 2024: análisis, datos y conclusiones

Estadísticas de LinkedIn. Qué formato



Estudios LinkedIn

## Estudio LinkedIn 2024. Datos, conclusiones y tendencias

Estadísticas de LinkedIn. Qué formato

# Recursos útiles

## ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?



Lo que realmente importa  
Principales preocupaciones  
Inquietudes y aspiraciones

## ¿QUÉ OYE?



Lo que dicen sus amigos  
Lo que dice su jefe  
Lo que dicen las personas influyentes

## ¿QUÉ VE?



En su entorno  
En sus amigos  
En el mercado

## ¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público  
Aspecto  
Comportamiento hacia los clientes

## ESFUERZOS



Miedos  
Frustraciones  
Obstáculos

## RESULTADOS



Deseos/necesidades  
Medida del éxito  
Obstáculos

Fuente: <https://anaivars.com/mapa-de-empatia>

# Recursos útiles

Identifica mercados potenciales, descubre info sobre operaciones y comienza a vender tus productos/servicios a clientes nacionales e internacionales.

Think with 

---

Market Finder

# Recursos útiles

Think with Google

Market Finder

Panel de control

**Analizar mercados**

Planea tus operaciones

Promociona tu empresa

COVID-19

Tus mercados

Resumen

Perfil de país

Perfil económico

**Perfil online**

Logística

MERCADOS EXISTENTES

España

Editar

MERCADOS POTENCIALES

Reino Unido

Estados Unidos

Alemania

Editar >

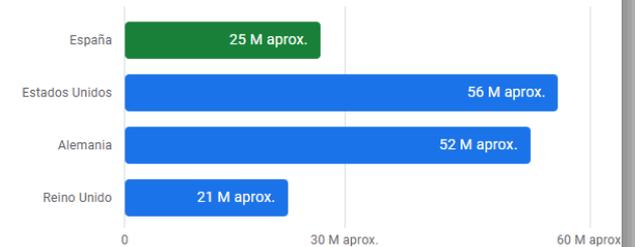
Tu empresa

## Búsquedas mensuales en categorías determinadas

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Media de búsquedas mensuales hechas en Google de términos relacionados con las categorías de producto que has seleccionado. Los volúmenes de búsqueda son un indicador de la demanda y pueden resultar útiles para conocer la dimensión de la oportunidad general de tus categorías empresariales en el mercado.

Google



## Puja recomendada de Google Ads

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Indicador del coste medio por clic (CPC) de las palabras clave relacionadas con las categorías que hayas seleccionado. Si el CPC es bajo, significa que se puja poco por esas palabras clave y hay menos competencia. Si el CPC es alto, significa que se puja mucho por esas palabras clave y hay más competencia.

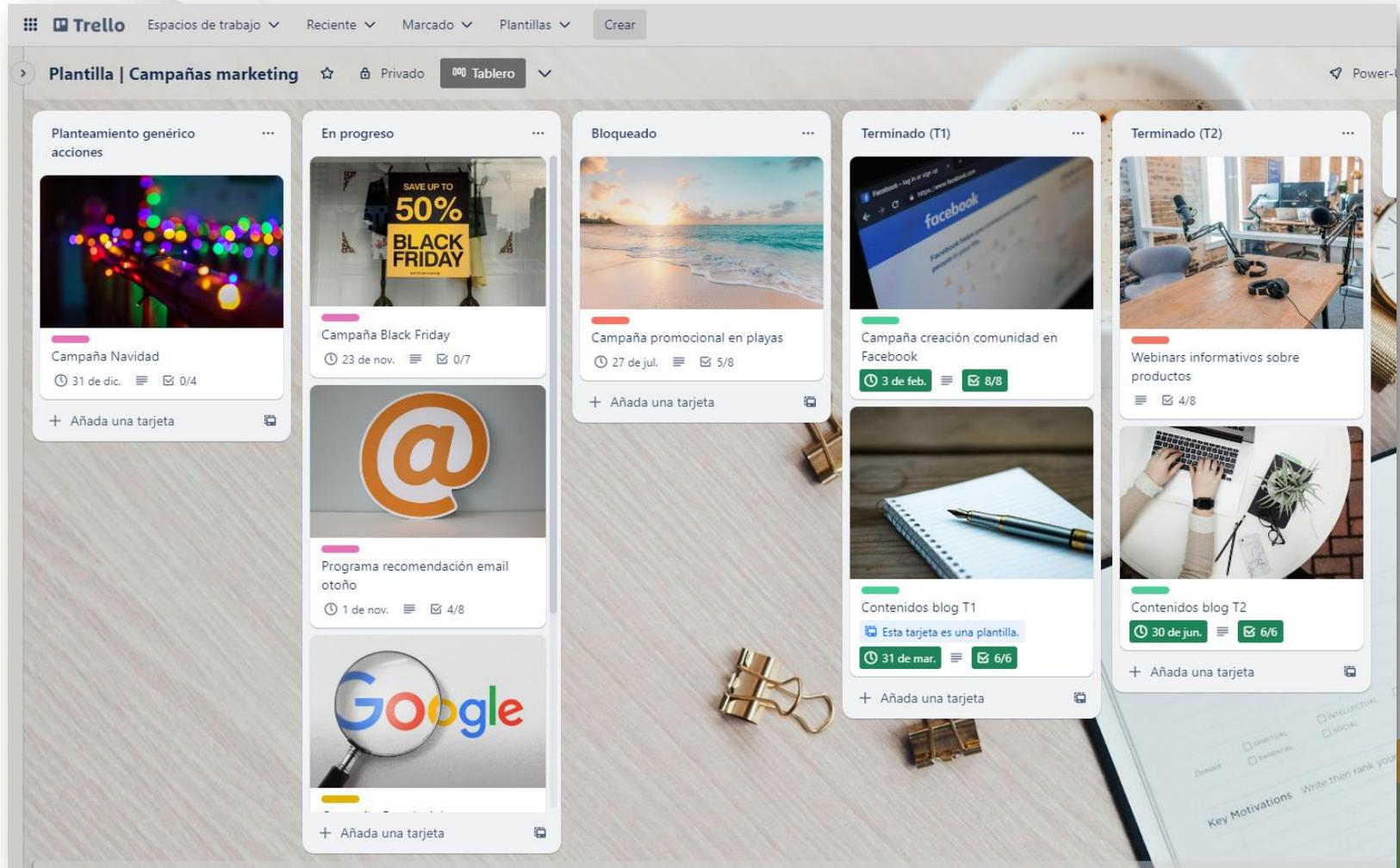


# Recursos útiles

Gestiona proyectos dividiéndolos en tareas. Crea flujos de trabajo, asigna items a compañeros de equipo, incluye anotaciones y archivos adjuntos, etc.



# Recursos útiles

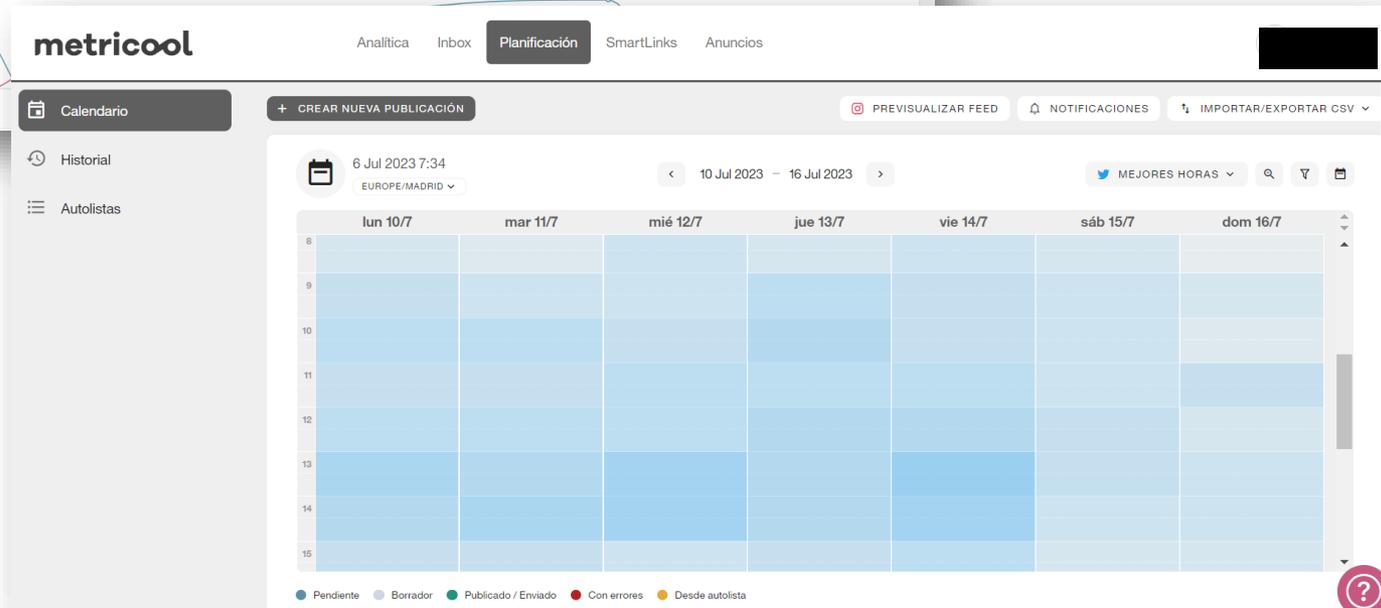
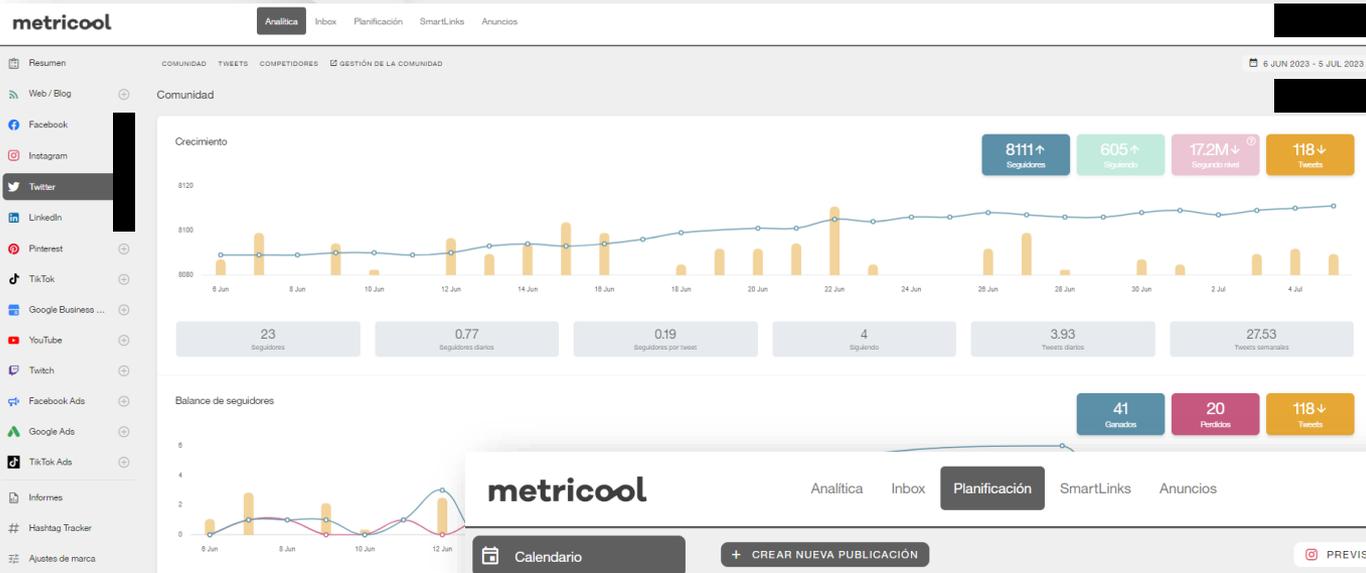


# Recursos útiles

Gestiona las redes sociales de tu plan y monitoriza su evolución a través de diversas métricas, crea calendarios de contenidos, extrae informes, etc.

**metricool**

# Recursos útiles



# Recursos útiles

Analiza cómo navega el usuario en tu sitio web a través de métricas de tráfico, estudios de comportamiento, mapas de calor, embudos de conversión, etc.



**mouseflow**

# Recursos útiles

mouseflow
Estado: Recording ▾

**Dashboards**

Default dashboard

+ Crear panel de control

---

**Session Replay**

**Heatmaps**

**Embudos**

**Formularios**

**Comentarios**

**Ajustes**

---

Sessions restantes **914**

Plan **Free**

Siguiente recarga **17 Días**

Actualizar plan

Oct 23, 2024-Nov 21, 2024 ▾
Todos los visitantes (219) ▾
+ Añadir filtros ▾

Tablero > Default dashboard ▾ ✎

**Resumen del tráfico**

**Estadísticas del visitante**

Sessions **219**

Usuarios **205**

Páginas vistas **316**

**Benchmarks**

Páginas por grabación **1.44** ▾

Promedio Duración de la grabación **1m 47s** ▾

Promedio Puntuación de fricción **0.24** ▾

**Dispositivos**

**Sessions**

Desktop **123 (56.2%)**

Phone **96 (43.8%)**

**Total 219 (100.0%)**

**Geo Heatmap**

**Heatmaps**

Página	Vistas	Tiempo de visita	Clíc	Deslizar	Fricción	Tamaño
👁️	85	1m 24s	133	66%	0.3	65.28 KB
👁️	60	45.3s	36	48%	0.4	69.03 KB
👁️	36	1m 15s	11	58%	0.2	52.93 KB
👁️	26	2m 18s	9	46%	0.2	58.88 KB
👁️	18	19.0s	4	50%	0.0	60.57 KB
👁️	15	1m 10s	10	76%	0.1	51.48 KB
👁️	15	1m 57s	25	77%	0.5	49.95 KB
👁️	14	8.8s	17	49%	0.2	60.73 KB
👁️	9	4m 42s	113	67%	0.5	50.57 KB
👁️	5	45.8s	6	34%	0.6	46.7 KB

© 2024 Mouseflow | Términos | Privacidad

Fomento de la Cultura Emprendedora

# Recursos útiles

Genera logos y elementos de branding para tu proyecto (bocetos, mockups, tarjetas...), partiendo del nombre de tu marca y pudiendo personalizar resultados.



# Recursos útiles

Preview

Suggested

Layout

Palette

More Ideas

Background

Name

Slogan

Symbol

Container

History

Your Logos

**Palette Options** Fullscreen

Professional Color

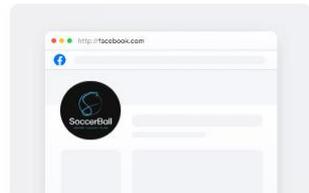
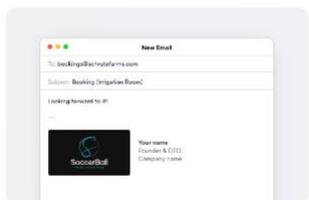
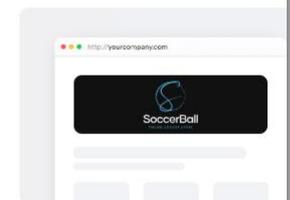


**SoccerBall**  
ONLINE SOCCER STORE




**Brand Essentials**

100+ branded and customizable designs included in your Brand Kit subscription

 <p><b>Logo Files</b> 16 file types</p>	 <p><b>Social Profiles</b> 20 branded designs</p>	 <p><b>Social Covers</b> 55 branded designs</p>	 <p><b>Business Cards</b> 19 branded designs</p>
 <p><b>Email Signatures</b> 8 branded designs</p>	 <p><b>Letterheads</b> 10 branded designs</p>	 <p><b>Brand Guidelines</b> 10 branded designs</p>	 <p><b>Website</b> of templates</p>

**Your Color Palette**

These are based on your logo colors. You can change these later.

Fomento de la Cultura Emprendedora

Información y Consultas en  
[masempresas.cea.es](http://masempresas.cea.es)



/CEA.es



@CEA.es\_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Colaboran:

