

2020

Herramientas gratuitas de Marketing Digital para emprendedores



MSc. Alina Cuadrado Castellón

Contenido

Herramientas gratis para el Marketing Digital	2
1- Herramientas de Email Marketing.....	2
HubSpot.....	2
Mailchimp.....	3
2- Herramientas para la creación de landing page	3
Hello Bar	3
Launchrock	3
3- Herramientas de Analytics	3
Google Analytics	3
Google Trends.....	4
Google Search Console.....	4
Google Mobile- Friendly Test	4
SimilarWeb	4
SurveyMonkey	4
4- Herramientas de gestión y monitorización en Redes Sociales.....	4
Buffer.....	4
Hootsuite	4
Google URL Shortener	5
5- Herramientas SEO / Posicionamiento en Redes Sociales.....	5
Google Adwords.....	5
Google M Business.....	5
SEMrush	5
All In One SEO Pack	5
6- Herramientas de gestión y marketing de contenidos.....	6
Feedly	6
BuzzSumo	6
Piktochart	6
Google Searh Console	6
7- Herramientas de captación de leads	6
Sumome	6
8- Herramientas para el trabajo colaborativo y gestión de tareas.....	6
Trello	7
9- Otras referencias de herramientas para el Marketing Digital.....	7
Glosario	7

Herramientas gratis para el Marketing Digital

El uso de herramientas de Marketing Digital facilita la puesta en marcha de diferentes estrategias ya sea por PYMES, empresas o grandes negocios. Permiten automatizar acciones y tareas, optimizar los flujos de información, posicionar los sitios web o las redes sociales, captar clientes, entre otras funcionalidades.

Cada vez más estas herramientas ofrecen nuevas oportunidades de negocio por la gran capacidad que tienen para hacer más eficaces y efectivas los procesos comerciales.

La mayoría de ellas tiene opciones gratuitas con las que se pueden iniciar su uso a modo de ensayo y en caso de resultar factible está la posibilidad de pasar a una versión profesional o de pago.

Obviamente es imposible usarlas todas. Algunas pueden utilizarse de manera eventual; otras en dependencia de los objetivos propuestos en el plan de marketing digital.

Proponemos un grupo de herramientas, agrupadas según su tipo u objetivos a conseguir:

- 1- Herramientas de Email Marketing
- 2- Herramientas para la creación de landing pages
- 3- Herramientas de Analytics
- 4- Herramientas de gestión y monitorización en Redes Sociales
- 5- Herramientas SEO / Posicionamiento en Redes Sociales
- 6- Herramientas de gestión y marketing de contenidos
- 7- Herramientas de captación de leads
- 8- Herramientas para el trabajo colaborativo y gestión de tareas
- 9- Otras referencias de herramientas para el Marketing Digital

1- Herramientas de Email Marketing: permiten una relación más cercana con los clientes. Al recoger sus datos, ofrecemos más contenido de valor hasta que esté listo para comprar.

HubSpot: puedes conocer los detalles de una estrategia de Inbound Marketing ya que ayuda a construir tu buyer persona, es decir, saber de los usuarios que visitan la web, qué páginas visitan, qué contenidos gustan más y de dónde llegó a nuestra web. Ayuda a

mejorar el SEO, pues indica cómo distribuir las palabras claves en el contenido. Se puede hacer un análisis de la competencia, estudia sus palabras claves y sugiere cómo mejorar la propuesta del competidor. Facilita el trabajo del Community Manager pues permite adaptar el mismo mensaje según la red social donde se vaya a publicar. Puedes administrar tus landing pages, email, SEO, tus redes sociales, leads, entradas de blog, etc.

Mailchimp: ideal para hacer estrategias de Inbound Marketing. Ayuda a diseñar las preguntas que quieres hacer a los usuarios a la hora de suscribirse. En su versión gratuita permite enviar hasta 12000 correos mensuales a 2000 suscriptores, pero no puedes segmentar campañas de email marketing. Dentro de sus ventajas está la facilidad de usar tu interfaz y puede integrarse con diversas aplicaciones mediante su API.

2- Herramientas para la creación de landing page: el objetivo de estas páginas es lograr que los visitantes se conviertan en leads, el contacto se vuelve una oportunidad de negocio. Es esencial en la estrategia de Inbound Marketing.

Veamos algunas opciones de estas herramientas gratuitas:

Hello Bar: no es propiamente para crear landing pages pero se puede utilizar como tal para aumentar la conversión de tus páginas de destino. Es un plugin de WordPress para instalar en tu blog para contactar con el visitante mediante solicitud de información de contacto. Hay que configurar la llamada a la acción.

Launchrock: permite configurar la página de acuerdo a las preferencias de tu público objetivo. Posee recursos limitados pero es ventajosa para emprendedores principiantes. Tiene una interfaz amigable y un diseño responsivo, fundamental para conversiones. Se solicita solo nombre, correo y contraseña. Se elige el objetivo de la landing page: producto, servicio, aplicación, evento u otro.

3- Herramientas de Analytics: permite medir el resultado de las acciones de nuestro sitio web y el comportamiento de los usuarios en el mismo. Permite medir el rendimiento de la inversión (ROI).

Google Analytics: permite saber cuál es la procedencia de los visitantes al sitio web, su comportamiento dentro de la web, preferencia por determinados contenidos, tiempo de navegación, qué productos o

servicios generan más ventas, etc. Conociendo todos estos datos se podrá estructurar el sitio web de manera que el usuario tenga una mejor experiencia; además ayuda a mejorar y optimizar tu estrategia de marketing. Factible para pequeñas empresas.

Google Trends: ayuda a conocer las tendencias en la industria o ramo de nuestro interés. Muestra el total de búsqueda de las palabras clave seleccionadas, además muestra las tendencias por regiones, los videos más vistos en YouTube.

Google Search Console: permite comprobar el grado de indexación de los sitios web, ayuda a supervisar, mantener y solucionar problemas de aparición de un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda de Google. Entre sus propósitos está reflejar con qué frecuencia aparece un sitio en Internet, consultar datos de tráfico, con qué consultas de búsqueda aparece un sitio, mostrar enlaces de otros sitios web a otro.

Google Mobile- Friendly Test: posibilita optimizar tu sitio web para que la experiencia de usuario sea buena desde cualquier dispositivo.

SimilarWeb: puedes analizar y conocer la competencia, sus tácticas y acciones.

SurveyMonkey: permite hacer encuestas online para saber la opinión de los clientes. Tiene una versión gratuita para hacer encuestas con un máximo de diez preguntas y obtener hasta cien respuestas. Es la limitación de diez clientes o suscriptores. Puede integrarse con otras aplicaciones como Facebook, Mailchimp, etc.

4- Herramientas de gestión y monitorización en Redes Sociales: permite optimizar las estrategias en las redes sociales. Permite evaluar las reacciones de los seguidores a partir de los contenidos publicados.

Buffer: puedes programar publicaciones en las mejores horas y así gestionar de manera efectiva las redes sociales. Realiza análisis de las publicaciones a partir de los resultados obtenidos.

Hootsuite: posibilita la gestión y automatización de varias redes sociales desde un mismo panel de control. En su versión gratuita permite gestionar tres perfiles sociales. En su versión Premium puedes crear hasta 10 usuarios y dar permisos para gestionar las cuentas sociales sin necesidad de tener acceso a contraseñas. Da la posibilidad de programar los envíos de mensajes a las horas y días seleccionados. Podemos seguir a personas relevantes, seguir alertas,

palabras claves, etc. Permite además acortar enlaces (versión gratuita para hasta tres perfiles diferentes de las redes sociales). Tiene una extensión para Google: Hootlet que permite compartir contenido desde cualquier web.

[Google URL Shortener](#) (Acortador de URL): mejora la apariencia de los enlaces, ya que así es más fácil recordarlas; posibilita utilizar palabras claves para un mejor posicionamiento.

5- Herramientas SEO / Posicionamiento en Redes Sociales: tiene como objetivo mejorar el posicionamiento de los sitios web en buscadores.

[Google Adwords](#) (Planificador de palabras claves): es una herramienta básica para lograr posicionamiento de tu sitio o blog, pero también para posts, mensajes o videos. Indica las búsquedas por cada palabra clave y sus alternativas, información sobre la frecuencia con la que se buscan y los cambios en el tiempo. Importante para el SEO.

[Google M Business](#): bajo tu perfil puedes aportar toda la información sobre tu emprendimiento que resulte posiblemente atractiva para potenciales clientes. Conecta con ellos a través del diálogo el cual permite mejor posicionamiento a través del algoritmo de los buscadores.

[SEMrush](#): herramienta SEO gratis que permite analizar la competencia. Ideal para PYMES. Permite conocer las palabras claves de un sitio web de nuestra competencia como la nuestra. Herramienta de pago pero en su versión gratuita permite obtener información sobre la visión general del dominio y análisis de palabras claves orgánicas, principales competidores orgánicos, etc. en la versión de pago permite optimizar campañas de anuncios en Adwords ya que analiza las palabras claves con mayor número de búsquedas orgánicas. Tiene un alto precio pero existe una versión gratuita para emprendedores. Alternativas a esta herramienta es **Infusionsoft** o **Sales Manago**. Una opción gratuita es **Mautic**.

[All In One SEO Pack](#): si tienes tu blog o sitio web alojado en WordPress esta herramienta es ideal para mejorar tu presencia en los buscadores como Google y Bing cuando desarrollas tu estrategia de Marketing de Contenidos. Genera etiquetas de manera automática.

6- Herramientas de gestión y marketing de contenidos: permite visualizar o encontrar contenidos en sitios web relevantes.

Feedly: puedes seguir blogs y clasificarlos en categorías. Se puede visualizar contenidos afines, suscribirse a blogs y canales de Youtube, visualizar actualizaciones, concentrar información interesante y compartir contenidos en las redes sociales.

BuzzSumo: ayuda a buscar contenido e información que permite elaborar nuevos contenidos. Permite conocer los contenidos más virales según el tema. Ofrece posts influyentes y así elaborar nuevas ideas para desarrollar contenidos. Versión gratuita y de pago. Puedes buscar palabras clave, insertar URL, visualizar contenido de autores o influencers, filtrar información, analizar contenido de la competencia, exportar a un documento Excel los resultados. En la versión gratuita solo puedes ver los diez primeros contenidos que más se han compartido en las redes sociales y un máximo de tres búsquedas diarias por dirección IP.

Piktochart: permite crear y diseñar infografías. Tiene versión gratis con ciertas limitaciones, aunque se puede utilizar muchas plantillas prediseñadas. Versión gratis y profesional.

Google Search Console: ayuda a supervisar y mantener la presencia del sitio web en los resultados de búsqueda. Ayuda a solucionar problemas de spam y software maliciosos. No es necesario registrarse pero hacerlo permite a Google visualizar el sitio en cuestión y optimizar su rendimiento.

7- Herramientas de captación de leads: permiten optimizar las captaciones de leads en tu página o blog.

Sumome: es una suite de widgets; permite lanzar popups a tus visitantes, mostrarles formularios o barras con diferentes llamadas a la acción. Los leads que se consigan pasarán automáticamente al grupo de email marketing o de otros flujos de marketing ya diseñados. Tiene una versión gratuita.

8- Herramientas para el trabajo colaborativo y gestión de tareas: cuando se trabaja en equipo uno de los puntos clave es la responsabilidad que tiene cada integrante y su fecha de cumplimiento. También es necesario contar con una herramienta que permita hacer de manera online algún trabajo.

Trello: ideal para el trabajo colaborativo, organizado mediante tableros, columnas y tarjetas. Permite controlar todas las tareas con sus responsables y fechas de cumplimiento. Todo el equipo puede saber por dónde va el avance del proyecto. También es útil para organizar tu trabajo personal. Ayuda a tener un control del plan de comunicación. Es sencilla de manejar.

9- Otras referencias de herramientas para el Marketing Digital

Herramientas para la monitorización de las redes sociales:

<https://www.iebschool.com/blog/mejores-herramientas-monitorizacion-marketing-digital/>

Herramientas para Community Managers

<https://www.iebschool.com/blog/herramientas-community-manager-redes-sociales-redes-sociales/>

Herramientas de marketing para tu startup:

<https://www.iebschool.com/blog/herramientas-marketing-digital/>

Herramientas SEO

<https://www.iebschool.com/blog/herramientas-imprescindibles-gratuitas-seo-sem/>

Herramientas de Marketing Digital:

<https://www.juanmerodio.com/herramientas-marketing-digital/>

Glosario:

Búsquedas orgánicas: son los resultados de manera natural, que aparecen en los motores de búsqueda, sin publicidad de pago. Se clasifican según su relevancia.

Buyer persona: prototipo de cliente ideal de un servicio o producto. Incluye datos sociodemográficos, creencias, conducta online, personal, profesional y relaciones con la empresa que ofrece el producto o servicio. Una empresa puede tener diferentes Buyers Personas.

Community Manager: es la persona encargada de gestionar en las redes sociales la identidad de una marca personal o empresarial. Es el responsable de construir y administrar una comunidad online para mantener relaciones estables y duraderas con sus clientes y fans.

CRM: de sus siglas en inglés Customer Relationship Solution. Es la solución a partir de la gestión de las relaciones con los clientes. Va orientado a gestionar la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa y de atención al cliente. Estas acciones potencian la fidelización y la satisfacción del cliente. Repercute en las ventas recurrentes. Utilizar esta herramienta permite más oportunidades de ventas y optimizarlas y hacer mejores segmentaciones.

Estrategias de Marketing Digital: es la planificación de acciones y tareas online para cumplir los objetivos definidos. Incluye creación y difusión de contenidos en sitios web y redes sociales, promoción de productos o servicios, gestión de correos electrónicos, gestión de clientes, uso de diversas herramientas, etc.

Landing page: es una página web (página de aterrizaje) diseñada para convertir visitantes (usuarios) en leads. El usuario al acceder a un post con información interesante para él y desea más información, realiza una llamada a la acción (CTA) que lo lleva a la página de aterrizaje donde se concreta lo que está buscando; puede ser acceder a un ebook, suscribirse a un boletín electrónico, etc. A cambio esta página pedirá información de contacto, la cual irá a una base de datos de potenciales clientes.

Leads: son los contactos que han dejado sus datos a través de una landing page a cambio de un contenido de interés fundamentalmente. Estos contactos pasan a formar parte de nuestra base de datos. Estos contactos de usuarios son clientes potenciales de nuestros productos o servicios.

Inbound Marketing: estrategia cuyo objetivo es atraer clientes potenciales mediante la oferta de contenido de interés, relevante y útil. Encuentran la empresa mediante diversos canales de Internet. Sus principales etapas son: Atraer (generar tráfico), Convertir (convertir en oportunidades de venta), Cerrar (concretar la venta) y Deleitar (conservar el cliente y mantenerlos satisfechos).

Palabras claves: términos compuestos por una palabra o frase escritas por un usuario con el fin solventar su duda en los buscadores y así obtener respuestas y solucionar problemas. Para los profesionales del marketing es muy importante tener en cuenta las palabras claves porque va a permitir posicionar un sitio o página web en Internet.

ROI (Return on Investment): es el Retorno de la Inversión. Es el ratio económico para analizar la rentabilidad de la inversión de un presupuesto concreto de acciones, proyectos, campañas, etc. su fórmula es $ROI = (\text{Beneficio} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}$. El resultado final se expresa en

porcentaje. En marketing digital se aplica de la siguiente manera: $ROI = (Ventas\ netas - Inversión\ publicitaria) / Inversión\ publicitaria$. Se puede saber por cada unidad monetaria (por ejemplo, \$1,00) cuánto estamos recuperando. Un ROI aceptable sería entre 4:1 y 6:1, cualquier valor por debajo indica que hay una mejora importante.

SEO (Search Engine Optimization): es una disciplina del marketing digital, es el posicionamiento y la optimización de un sitio web en buscadores de búsqueda, mediante el uso de palabras clave. Es el conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento y la visibilidad en la lista de resultados de Google, Bing u otros.