

QUIZZTransformación Digital
22 Preguntas

NOMBRE : _____

CLASE : _____

FECHA : _____

1.

Transformación Digital y Marketing Digital

Karen Retamal Cuitiño
Periodista Universidad del Desarrollo.
Certificación en Docencia Online y Community Manager
Diplomado (c) en Marketing Digital y Gestión Estratégica.

2.

¡Hola!

¿Qué los motivó a estar acá?
¿Cuáles son sus expectativas? ¿Qué quieren aprender?
¿Qué experiencias han tenido en marketing digital?
¿Manejan redes sociales propias o de empresa?

3.

Transformación Digital y Marketing Digital

Descripción:

Con este taller buscamos introducir a los alumnos en conceptos de Transformación Digital así como en Marketing Digital, concepciones que van muy ligadas. Además, entregaremos herramientas necesarias que permitan sentar bases y explorar las nuevas

4.

Objetivo

Entregar herramientas de experiencia social media para formular y desarrollar estrategias y campañas en plataformas digitales.

5.

Objetivos específicos

- Comprender estrategias que se utilizan en las organizaciones para comunicar y difundir campañas comunicacionales en plataformas digitales.
- Reconocer las herramientas del marketing digital para la comunicación online de marcas.
- Generar un plan de marketing digital y de contenido para redes sociales.
- Generar una campaña de contenidos de email marketing
- Reconocer y aplicar herramientas digitales para el buen desarrollo gráfico para redes sociales.
- Aplicar contenido en la práctica de la elaboración de una campaña digital.

6.

Contenidos

- Cambios y tendencias en un mundo hiperconectado.
- Cifras relevantes: marcas, ventas y contenido.
- Ecosistema y entorno competitivo.
- Marketing Digital.
- Auditoría Digital
- SEM/SEO
- La importancia del contenido en la estrategia digital.
- Plan de contenido.
- Email marketing, Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn.
- Desarrollo de una campaña. Control de estrategias, estadísticas y métricas.
- Diseño digital, diagramación, texto, imágenes, formatos, estrategias

7.

Transformación Digital

La transformación digital es el proceso de integración de la tecnología digital en todas las áreas de una empresa para mejorar la forma en que se comercializan sus productos y servicios.

8.

Tranformación Digital

- Mentalidad abierta
 - La implementación de tecnologías digitales puede permitir una mayor eficiencia, productividad y competitividad, así como la identificación y creación de nuevas oportunidades de negocio.
-

9.

Transformación Digital

- La pandemia y la aceleración de la Transformación Digital.
 - Según el Ceo de Microsoft, Satya Nadella, lo que se vivió en pandemia fue una aceleración de 2 a 3 años en cuestión de meses.
-

10.

Importancia de la TD

Evolución en la interacción con los clientes.

Empresas podrían mejorar la experiencia del cliente.

Alcanzar objetivos con estrategias más eficientes.

11. ¿Qué es la Transformación Digital?

A

Es el proceso de compra de un cliente de forma online.

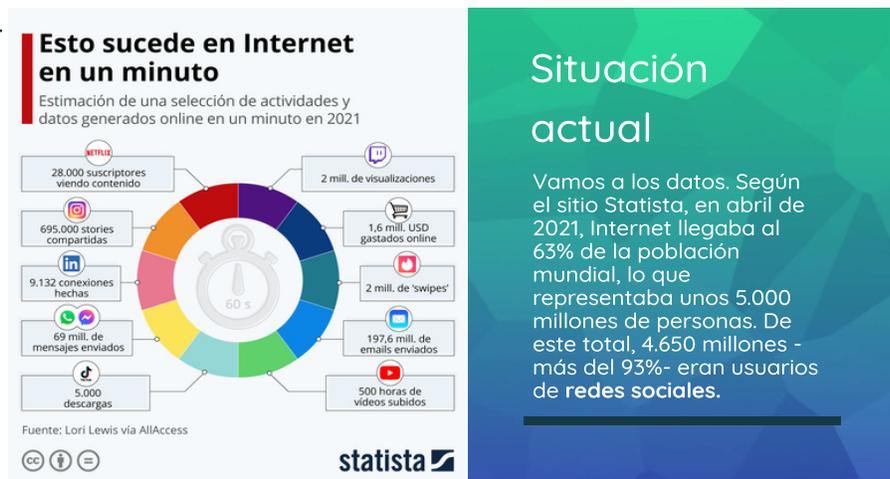
B

Proceso de integración de la tecnología digital en todas las áreas de una empresa.

C

Son acciones y estrategias comunicacionales, publicitarias o comerciales que se ejecutan en medios digitales.

12.



Situación actual

Vamos a los datos. Según el sitio Statista, en abril de 2021, Internet llegaba al 63% de la población mundial, lo que representaba unos 5.000 millones de personas. De este total, 4.650 millones - más del 93% - eran usuarios de **redes sociales**.

13. ¿Cuál es la red social más utilizada en Chile

A

Facebook

B

Instagram

C

Pinterest

D

Youtube

14.

Facebook
sigue siendo
la red social
con más
visitas.

Fuente : Statista

Redes sociales con mayor porcentaje de visitas en Chile en 2022



Característica	Porcentaje de visitas
Facebook	77,54%
Instagram	10,01%
Pinterest	5,3%
YouTube	3,39%
Twitter	2,63%
Reddit	0,37%
Tumblr	0,35%
Otras	0,41%

15.

Otras cifras

- Chilenos utilizan Internet desde un dispositivo móvil un promedio 37 horas a la semana, aumentando a 40, en la población que va desde los 18 a los 34 años (emarketer, 2019)
- La evolución en los públicos objetivos ha obligado a los medios de comunicación, realizadores audiovisuales y otros a generar contenidos para audiencias específicas.
- Hay una irrupción de los dispositivos y plataformas digitales en los últimos 20 años: streaming, Netflix, redes sociales, Smartphone, etc.
- En Chile, el 82% de las personas han utilizado su teléfono para navegar por Internet.
- El promedio de la población que ingresa a RRSS en Chile, por su teléfono, es de un 76%.

16.

Ecosistema de Internet

¿Qué es Internet?

¿Cómo lo entendemos para movernos? ¿Con nuestro estilo?

¿Quién logra el éxito?

Internet es más que un montón de computadores, no es un simple medio para conseguir promoción. Internet es un ecosistema.

17.

Aspectos importantes

1. Internet es capaz de **interactuar** con el usuario, es decir, de **realizar acciones** de marketing que desemboquen en un **click** o en una **acción** por parte de la otra persona de forma inmediata.
 2. Podemos encontrar **público realmente** especializado a lo que antes era difícil acceder.
 3. Es **medible**. Podemos saber qué ha pasado después de haber realizado una acción de marketing, lo que nos permitirá mejorar para la próxima vez.
-

18.

¿Cómo compramos en Internet?

- Las razones por las que los usuarios compran en Internet son variadas y tienen fases del proceso de compra online o las razones que les llevan a escoger un e-commerce u otro.
 - Hay muchos perfiles de compradores en Internet, según vayamos **evolucionando** como sociedad surgirán muchos más.
-

19.

Proceso de compra

1. Identificación de una necesidad.
 2. Búsqueda en el entorno web.
 3. Recibir estímulos externos (influencia):
 4. Elección de la tienda:
 5. Evaluación y post venta:
-

20.



21. **¿Cuál es el secreto para participar de este entorno y obtener clientes?**

22.



Clave de respuesta

- | | | | |
|--------|-----|------|-----|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| 5. | 6. | 7. | 8. |
| 9. | 10. | 11.b | 12. |
| 13.a | 14. | 15. | 16. |
| 17. | 18. | 19. | 20. |
| 21.n/a | 22. | | |

