



# Estrategia de comunicación

Proyecto Coil  
Ricardo Caballero Olivo



# Marketing vs Publicidad

SCIENTIFIC  
TRAINING



# DIGITAL MARKETING

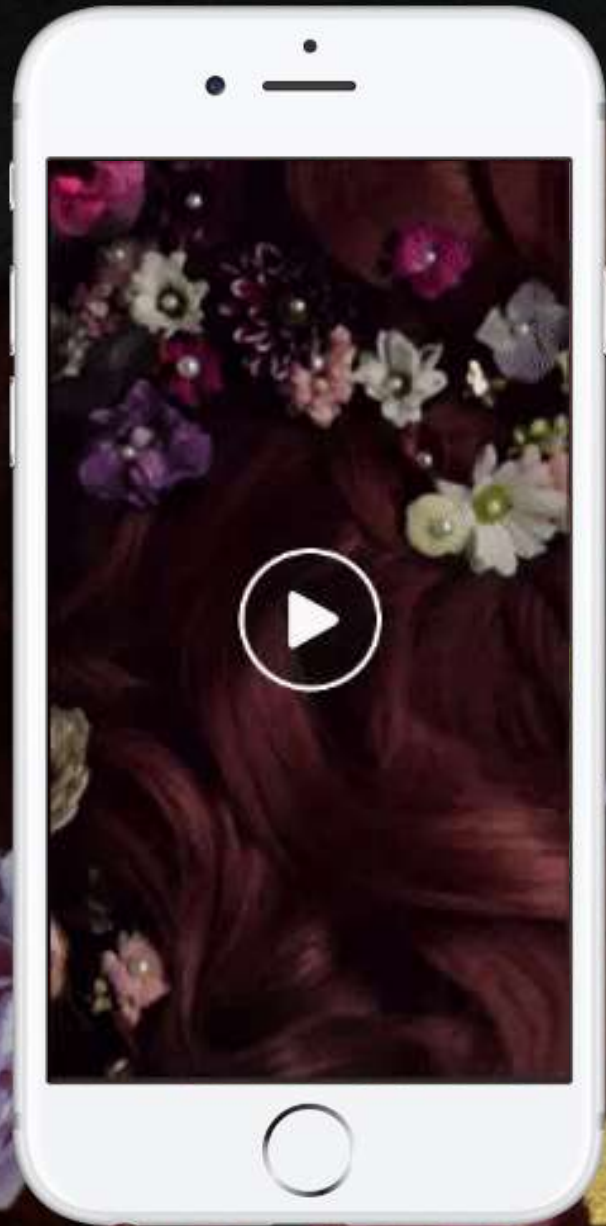




# Con foto

Los anuncios con foto ofrecen un formato sencillo y claro que incluye imágenes y texto atractivos. Transmite quién eres y a lo que te dedicas a través de imágenes o ilustraciones de alta calidad.





# Video

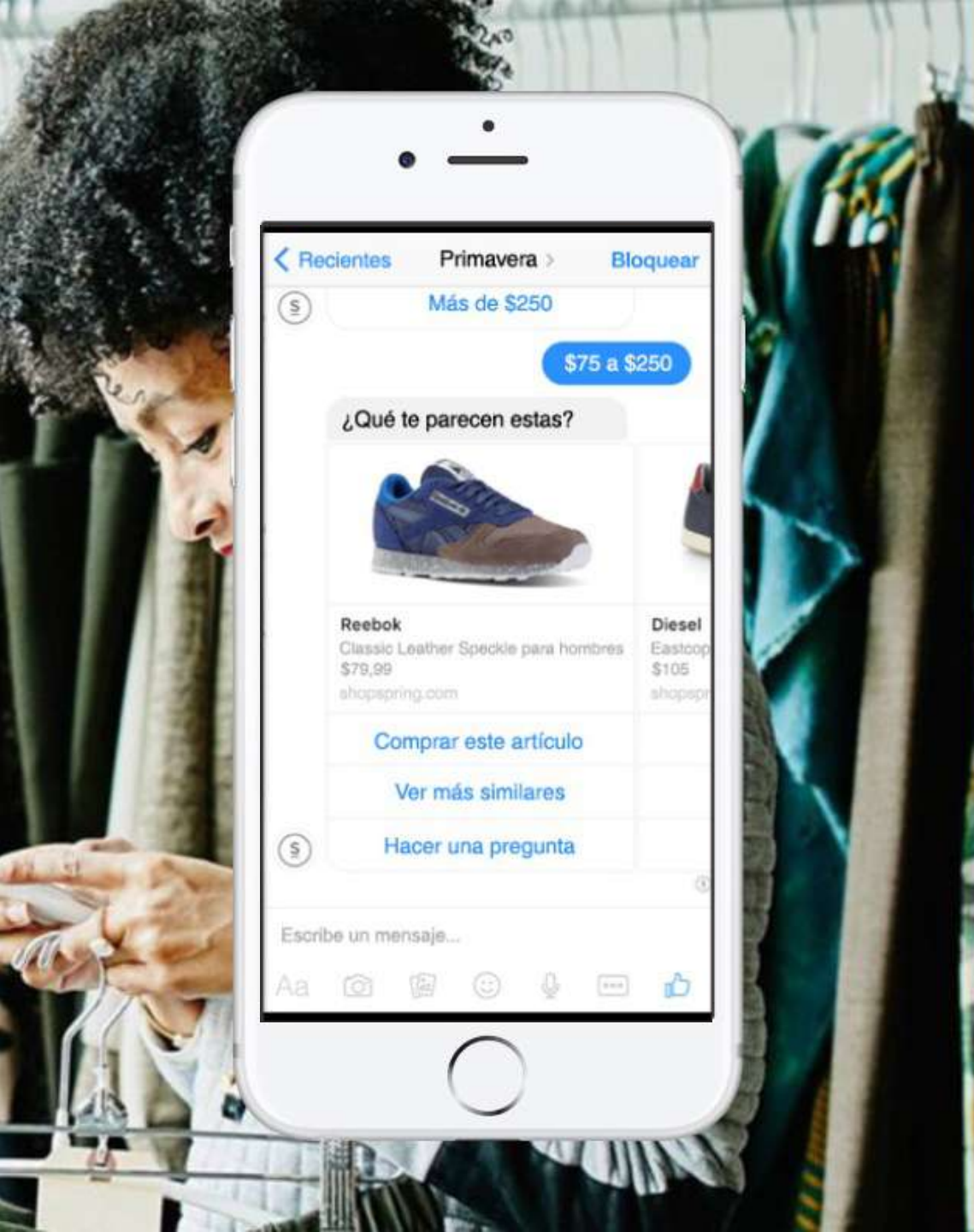
**Cuenta tu historia con imágenes, sonido y movimiento.** Los anuncios con video tienen una gran variedad de duraciones y estilos, desde anuncios breves que se muestran en la sección de noticias y puedes ver en cualquier lugar hasta videos de mayor duración que ves desde la comodidad del sofá.

# Historias

Las historias son una experiencia personalizable y en pantalla completa con la que puedes cautivar a las personas con tu contenido. **Saca partido a sus pasiones e inspíralas para llevar a cabo acciones en el celular.**





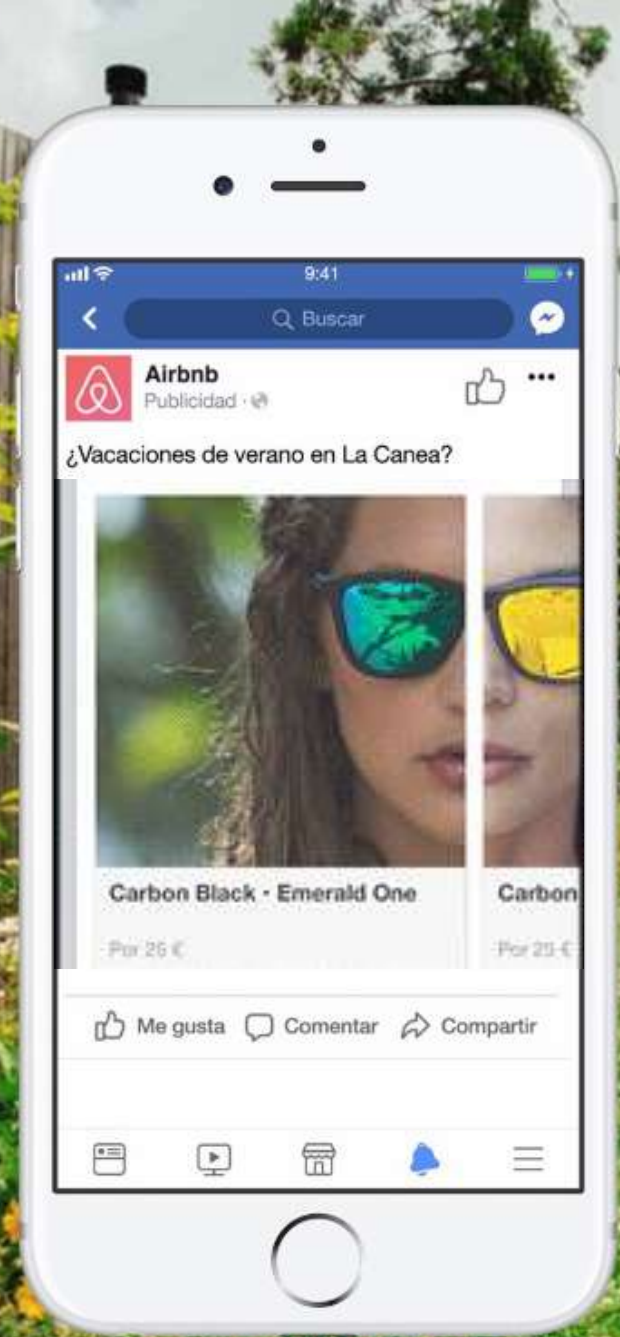


# Messenger

Con los anuncios de Messenger puedes ayudar a las personas a iniciar conversaciones con tu empresa. Personaliza la experiencia que ofreces a clientes actuales o potenciales y agrega funciones interactivas o automatizadas.

# Secuencia

Utiliza los anuncios por secuencia para mostrar hasta diez imágenes o videos en un mismo anuncio, cada uno con su propio enlace. Destaca distintos productos o cuenta una historia de la marca que se desarrolle en cada una de las tarjetas.



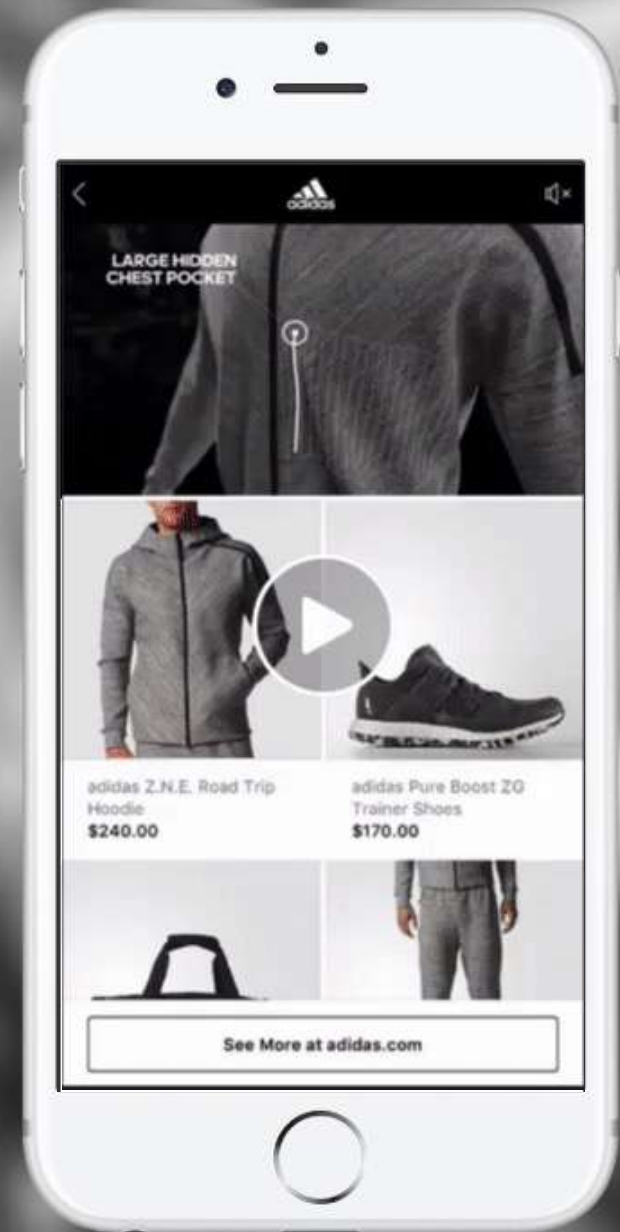


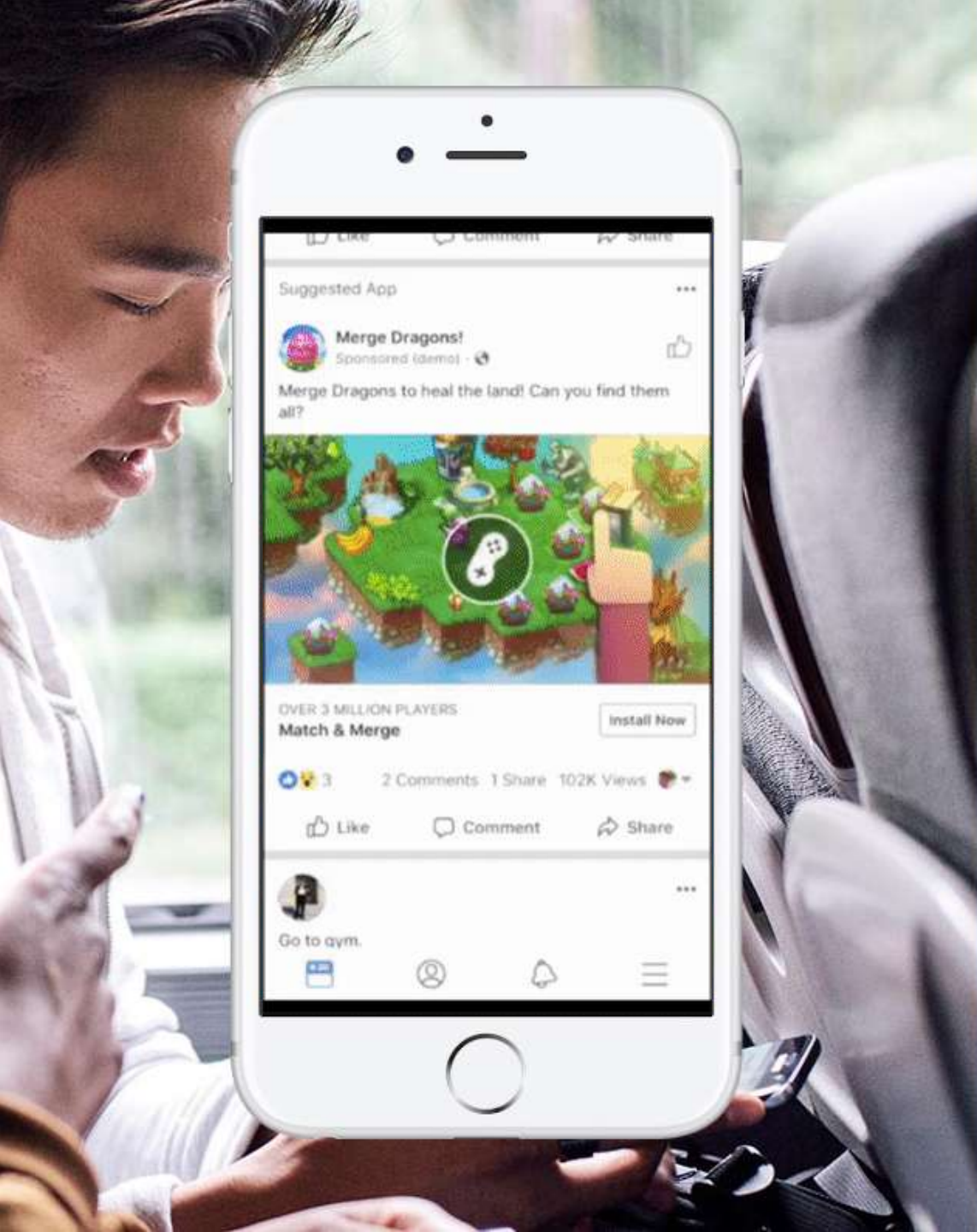
# Presentación

Los anuncios con presentación son un formato publicitario compuesto de movimiento, sonido y texto, parecidos a los anuncios con video. Con estos clips sencillos podrás contar tu historia de una forma atractiva en cualquier dispositivo y a través de cualquier velocidad de conexión.

# Colección

Gracias a los anuncios de colección, las personas pueden descubrir, explorar y comprar los artículos y servicios que ofreces. Pueden tocar un anuncio para obtener más información sobre un producto determinado, y todo esto a través de una experiencia de carga rápida.





## Anuncios reproducibles

Este tipo de anuncios ofrecen a las personas una **vista previa interactiva** antes de que **descarguen una app**. Crea una experiencia en la que los usuarios con mayor intención de compra puedan probar tu app antes de comprarla.

# Generación de clientes potenciales

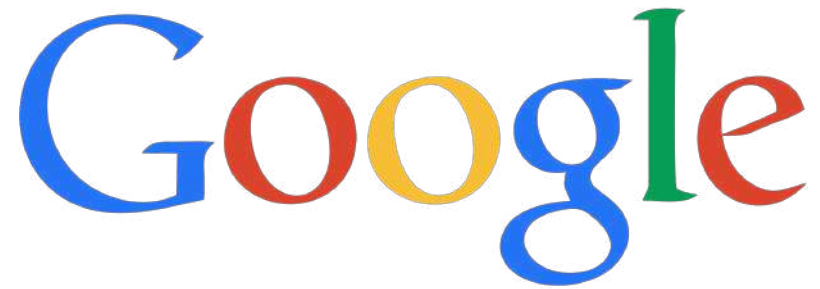
Facilita que las personas interesadas obtengan más información sobre tu empresa. Anímalas a registrarse para obtener dicha información o a pasar tiempo en tu app o sitio web.



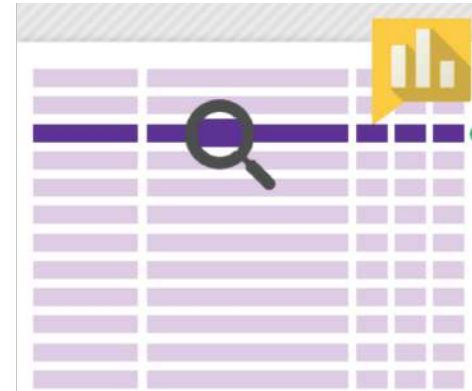


**SEO**

**WWW**



## Keyword Planner



Keyword text contains who

Keyword text contains what

Keyword text contains why

Keyword text contains where

Keyword text contains when

Keyword text contains how

Add filter

<input type="checkbox"/>	<b>Keyword (by relevance)</b>	Avg. monthly searches	Competition	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
<input type="checkbox"/>	how to search using keywords	10 – 100	Low	£3.40	£11.26
<input type="checkbox"/>	how to do keyword analysis	10 – 100	Low	–	–
<input type="checkbox"/>	how to find good keywords for seo	10 – 100	Medium	–	–
<input type="checkbox"/>	how to do a keyword search on goo...	10 – 100	Low	£3.82	£11.82
<input type="checkbox"/>	how to determine search volume fo...	10 – 100	Low	£2.69	£5.89





SEM

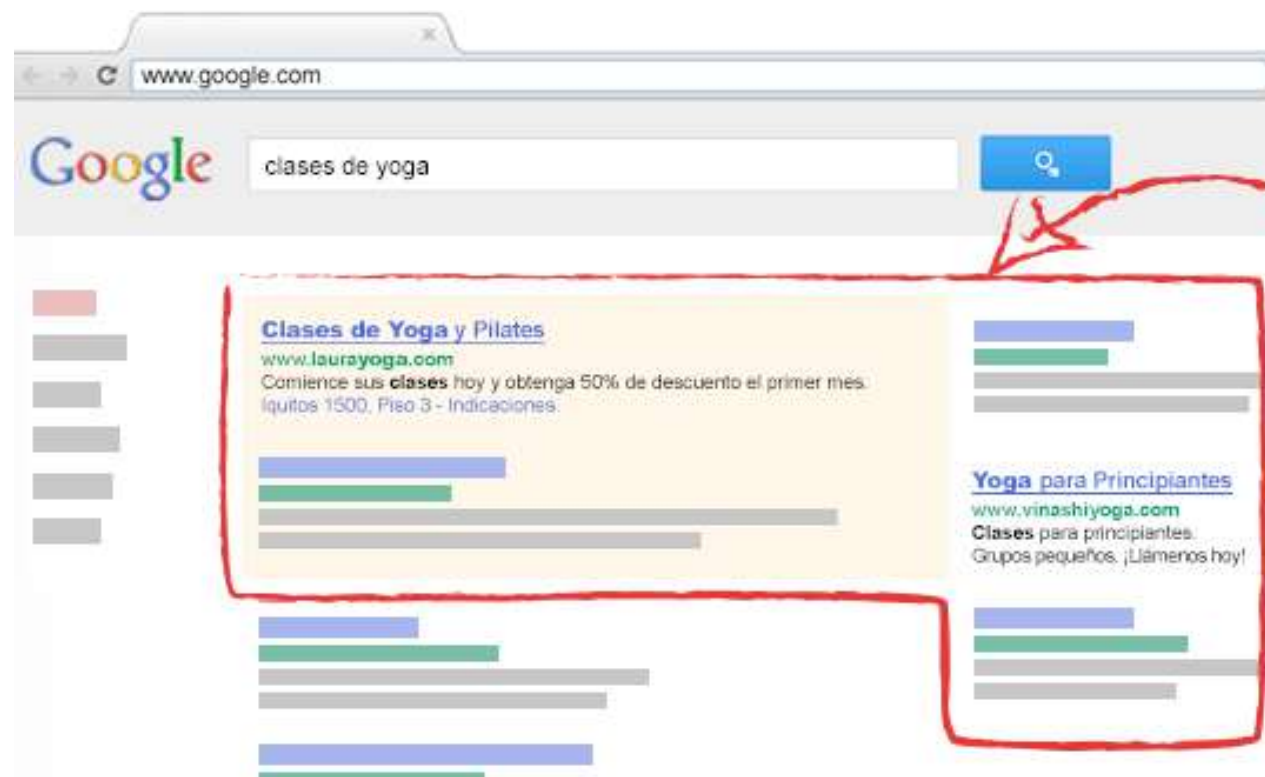
# Tipos de campaña

- Campaña en la Red de Búsqueda
- Campaña de la Red de Display
- Campaña de Shopping
- Campaña de video
- Campaña universal de aplicaciones



# Campaña de Red de Búsqueda

Los anuncios en una campaña en la red de búsqueda aparecen cerca de los resultados de la búsqueda de Google y otros sitios de Google cuando las personas buscan términos relevantes para las palabras clave de su anuncio.



# Campaña de Red Display

Se trata de un conjunto de más de dos millones de sitios web, videos y aplicaciones donde pueden aparecer sus anuncios.

Los sitios de la Red de Display llegan a más del 90% de los usuarios de Internet en todo el mundo. Con la Red de Display, puede usar la orientación para mostrar sus anuncios en contextos específicos (como “estilos de vida al aire libre” o “cnn.com”), a un público particular (como “madres jóvenes”), en lugares concretos y mucho más.



# Campaña Shopping

Las campañas de Shopping lo ayudan a promocionar sus productos, ya que brindan a los usuarios información detallada sobre lo que vende, incluso antes de que hagan clic en el anuncio. Mediante herramientas para la generación de informes centradas en los minoristas, podrá realizar un seguimiento del rendimiento de sus productos en el tiempo.



Google reloj polar

Todo Imágenes Shopping Videos Noticias Más Herramientas de búsqueda

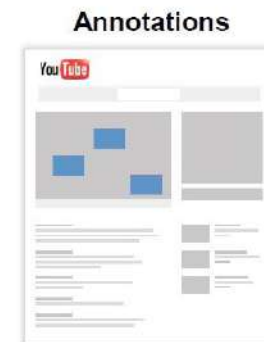
Aproximadamente 414.000 resultados (0,54 segundos)

Resultados de Google Shopping para reloj p... Enlaces Patrocinados

 <p>Polar A360 - Pulsómetro, ... 151,98 € Amazon.es</p>	 <p>Polar M400 - Reloj de ... 147,00 € Amazon.es</p>	 <p>Polar V800 - Pulsómetro 291,96 € Amazon.es</p>	 <p>Reloj entrenamiento 77,11 € Media Markt</p>	 <p>Polar A300 - Pulsómetro de ... 108,96 € Amazon.es</p>	 <p>Pulsómetro Polar M400 ... 112,95 € Deporvillage...</p>
---	--	--	---	---	--

# Campaña de Video

Las campañas de video permiten mostrar anuncios de video por su propia cuenta o dentro de otro contenido de video en streaming en YouTube y en la Red de Display de Google



# Campaña Universal de aplicaciones

Las Campañas universales de aplicaciones le permiten promocionar su aplicación en la Búsqueda de Google, Google Play, YouTube, Gmail y en otras aplicaciones y sitios web móviles de la Red de Display.

## Universales de aplicaciones



Aumenta el número de descargas de aplicaciones en las redes de Google

Play Store

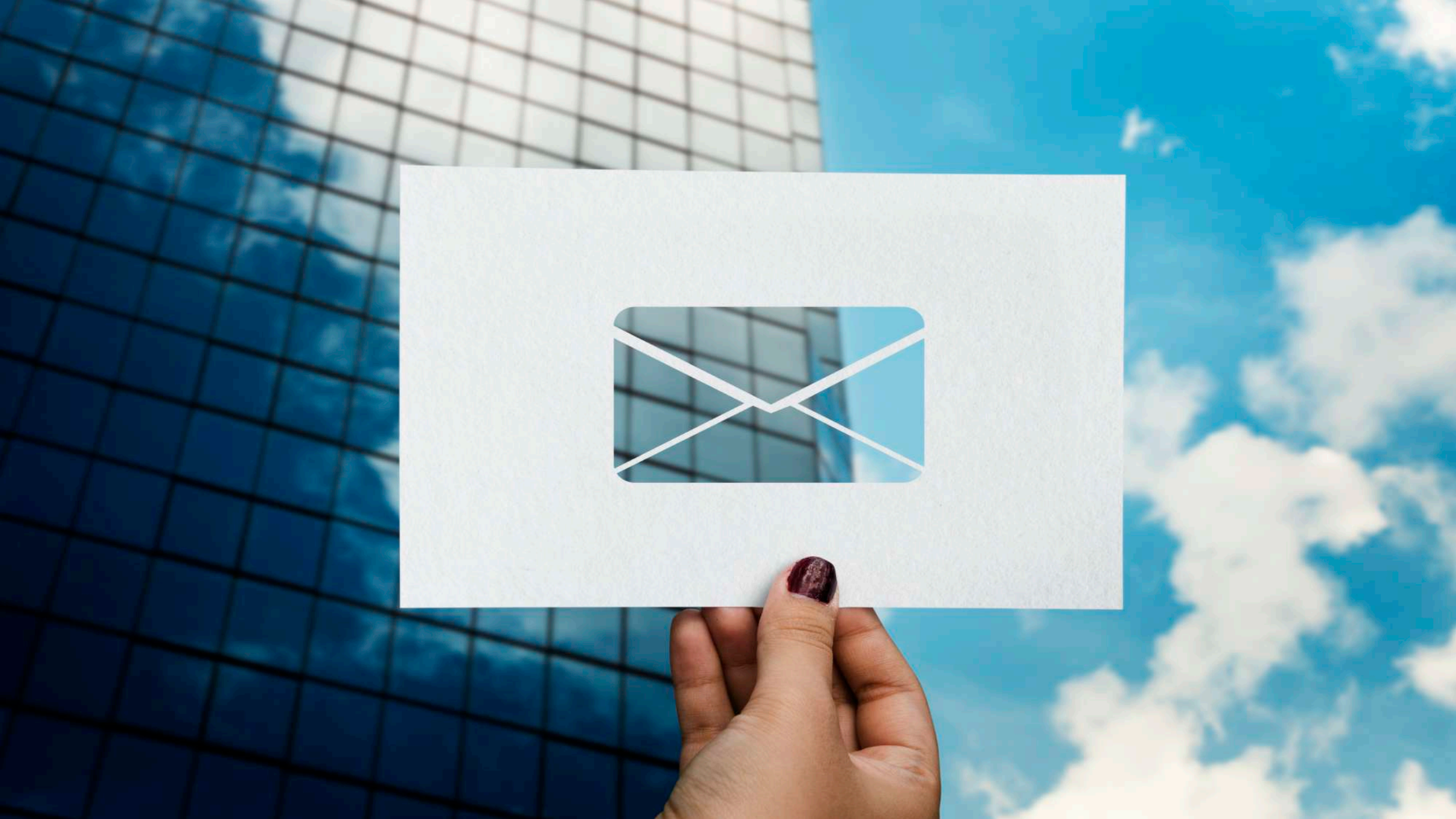


Red de Display de Google



Red de Búsqueda de Google







# INBOUND MARKETING STRATEGY

---



STRATEGY



VISITORS



LEADS



CUSTOMERS



PROMOTERS



**TRAFFIC**



**CAPTURE**



**ENGAGE**



**PURCHASE**





**ACCOUNT BASED**

**MARKETING**



**TARGET ACCOUNTS**



**IDENTIFY PEOPLE**



**ENGAGE**



**DEVELOP**

# La herramienta de prospección B2B más inteligente para tu negocio

Pruébala ahora y llega a miles de clientes cada mes

**Empezar**

The screenshot shows the FindThatLead interface with the following filters and results:

- Location:** Brazil
- Job title:** CEO, Marketing Manager
- Industry:** Marketing, Freelance
- Company size:** 501-200, 10,000+
- Keywords:** Consumer Insights

**My leads:**

- Gerard C.** (CEO and Growth Lover at FindThatLead, 1-10 employees - Information Services, Barcelona, Spain)
- Érica C.** (Brand Strategist at Bifarma, 51-200 employees - Marketing and Advertising, Recife Pernambuco)
- Alejandro F.** (COO at FindThatLead, 1-10 employees - Information Services, Barcelona, Spain)

Empresas alucinantes confían en FindThatLead



[Try for Free >](#)

# Identify your B2B website visitors

Lead Forensics is the world's #1 website visitor identification software. Uncover your anonymous B2B website visitors and fuel your business growth.

[Start trial >](#)

The screenshot shows a user interface for identifying website visitors. At the top, it says 'YOURWEBSITE.COM'. A 'NEW PROSPECT' badge is visible. The main card displays the Samsung logo and the following information: 'Technology sector', '500+ employees', and 'Turnover: \$3.5bn'. Below this, it lists 'Key contacts based on visitor behavior'. Two contacts are shown: Ethan Crisp (ecrips@samsung.com, 0212 225 9855) and Anna Brown. The background shows a blurred office scene with people working at a desk.

[Show me my website visitors >](#)

A Zendesk chat widget with the text 'zendesk chat' and 'Chat with us' next to a speech bubble icon. Below it is a text input field with the placeholder 'Type your message here' and a send button.

We use cookies on our website to give you the most relevant experience by remembering your preferences and repeat visits.





ADVERGAMING



