

GLOSARIO DE TÉRMINOS DE MARKETING DIGITAL

Glosario de términos 2/4

Formar parte del mundo digitalizado significa actualizarse y no perder de vista las nuevas palabras que surgen con la transformación digital.

CÓDIGO QR

Es un código de respuesta rápida y sirve para almacenar información en un código de barras que al ser leído mediante el lector de la cámara del móvil, posibilita la redirección a una página web con información.

RESPONSIVE DESIGN

Es la técnica que se utiliza para tener una misma web adaptada a las diferentes plataformas tecnológicas: ordenador, tablet, smartphones, libros electrónicos o portátiles. Favorece la experiencia de usuario en la web.

HOME PAGE

O página de inicio. Es la página principal de entrada de un sitio web y, por tanto, la más importante. Deberá contener, fundamentalmente, un resumen de aquellos productos o servicios que ofrece la empresa.

POCKET, UN AGRUPADOR DE CONTENIDOS

Herramientas

[Pocket](#) es una aplicación nos permite guardar en un único lugar toda la información que encontremos en la web y que nos interese conservar o guardar para leer más tarde.

Con ella también podrás:

- Etiquetar la información recopilada.
- Guardar por categorías desde el navegador.

Disponible en [Google Play](#) y [Apple Store](#).



pocket

Mira este videotutorial



WHATSAPP BUSINESS, EL HERMANO COMERCIAL DE WHATSAPP

Guía de uso

Whatsapp Business es una app gratuita para Android e iOS que permite a los pequeños y medianos negocios conectar de forma instantánea con sus clientes.

¿Y, cómo? Con ella podrás crear un catálogo para mostrar tus productos y/o servicios, comunicarte de forma rápida y eficaz con tus clientes mediante herramientas que te permiten automatizar, ordenar y responder mensajes de forma rápida, e incluso ofrecer soporte técnico enviar notificaciones importantes.



“

“Crea un cliente, no una venta”

- Katherine Barchetti

QUÉ PUEDES HACER CON WHATSAPP BUSINESS: funcionalidades

- 1 **Perfil de empresa:** aquí puedes incluir información útil para tus clientes como tu dirección en Google Maps, descripción de la empresa, horario, email y sitio web.
- 2 **Listas de difusión:** similar al envío de emails; podrás enviar una información de forma simultánea a todos tus clientes creando una lista de difusión.
- 3 **Respuestas automáticas:** podrás configurar mensajes automáticos de bienvenida y de ausencia cuando no puedas contestar.
- 4 **Estadísticas:** aunque es básico y limitado, existe un panel de estadísticas sobre mensajes entregados, recibidos, etc.
- 5 **Etiquetas:** organiza tus contactos o chats con etiquetas y un código de color para que puedas encontrarlos fácilmente (por zonas, por tipo de servicio, por tipo de cliente, etc.)
- 6 **Respuestas rápidas:** te permiten guardar mensajes y volver a usar los que envías con frecuencia. De ese modo, puedes contestar preguntas comunes en muy poco tiempo.

Antes de explicar cómo comenzar en WhatsApp Business, es importante entender bien su naturaleza y detectar las oportunidades que os permitan conectar con vuestros clientes en vez de "bombardearlos". El envío masivo y repetitivo de información que no interese a tu audiencia (spam) puede hacer que tu marca sea percibida de manera negativa, lo que conllevaría una pérdida de clientes y de reputación. Ten en cuenta que la amenaza más grande para tu empresa no es la competencia sino ofrecer una deficiente atención y experiencia a tus clientes actuales y potenciales.

INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Si ya eres usuario tendrás que hacer el mismo proceso que con la versión personal, es decir, tendrás que descargar la app desde [Google play para usuarios de Android](#) o desde [App Store para usuarios de Apple](#).

Importante: Una vez instalada, necesitarás tener un número de teléfono exclusivo para esta cuenta o bien convertir tu cuenta personal en una cuenta de empresa. WhatsApp no permite tener ambas versiones vinculadas a un mismo número de teléfono.



CLAVES PARA AUMENTAR TUS VENTAS

DEFINE TUS OBJETIVOS DE USO:

- Para qué vas a utilizar WhatsApp Business: qué esperas conseguir.
- De qué forma vas a utilizarlo: como canal de atención al cliente, de promociones, de recogida de opiniones...
- Cuándo vas a utilizarlo: entre semana, fines de semana, de manera puntual...
- A quién te vas a dirigir: define a tu tipo de usuario/cliente.

ESTADÍSTICAS, CONOCE A TUS CLIENTES:

Investiga a tus potenciales usuarios a través de otras plataformas como las redes sociales y conoce:

- Qué días y en qué horario son más receptivos a las comunicaciones.
- Qué tipo de contenidos o de información prefieres recibir.

También puedes seleccionar a una pequeña muestra de clientes con los que tengas mayor confianza y preguntarles directamente.

CONSEJO

Establece horarios de atención y, dentro de estos, ofrece respuestas inmediatas a las peticiones que te lleguen, es lo que espera tu cliente.

PROMUEVE EL REGISTRO DE TU NÚMERO:

Las personas rechazamos los mensajes que provengan de empresas u otros usuarios que sean desconocidos para nosotras, por ello:

- Genera tráfico (visitas) desde tu perfiles sociales y/o desde tu página web.
- Establece horarios más flexibles de atención por WhatsApp sobre otros canales como el email o la llamada telefónica. Haz que la atención sea más directa y personalizada en este canal.

CÓMO DEBEN SER TUS MENSAJES:

- Cortos
- Directos y claros
- Relevantes
- Envía el contenido en un único mensaje y no en varios.
- Utiliza el "estado" para informaciones generales o de utilidad. Se trata de una acción no invasiva dado que será tu cliente quien voluntariamente decida ver su contenido. Recuerda que dura 24 horas.