



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Curso de Especialización en Administración de Edificios y Condominios



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Especialización de administración
de edificios y condominios

Marketing digital

- | Marilu Vera Tudela L.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Especialización de administración
de edificios y condominios

- Facebook e Instagram orgánico

Marilu Vera Tudela L.

● **Publicista**

Agente Inmobiliario: PN 5027

Marketing Digital



INBOUND MARKETING

- Es actualmente la principal Estrategia de Marketing Digital que apunta a captar clientes mediante la creación de contenido de valor, creando relaciones importantes y duraderas con nuestros clientes activos y clientes potenciales.
- El inbound permite captar la atención del público de forma sutil sin interrumpirlos de forma agresiva, sino por el contrario generando que se motiven a mirar el aviso de forma voluntaria en el momento en que ellos así lo decidan.



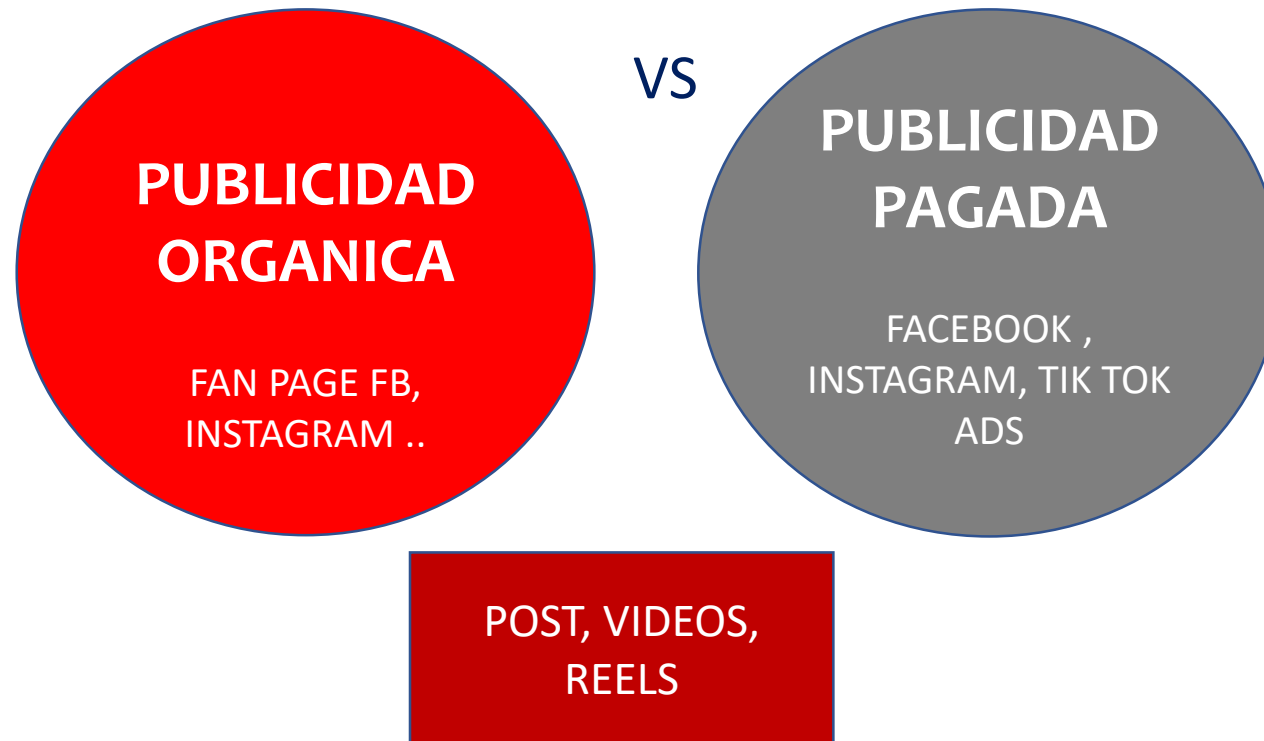
Como funciona el Inbound



- **Atraer y motivar** : con publicidad atractiva y de alto valor .
- **Conocer el problema:** Identificar el problema del cliente
- **Convertir** :que el cliente decida darle clic a tu enlace, página web, landing page entre otros y tomar contacto
- **Vender:** aplicando cierre de ventas, lograr contacto mas cercano para mostrar que tienes la solución para el.
- **Deleitar:** generar una relación duradera con el cliente que se mantenga en contacto para que pueda volverte a contactar y referirte.



DIFERENCIAS ENTRE PUBLICIDAD PAGADA Y ORGANICA



Publicidad orgánica

ORGANICO: ALCANCE LIMITADO / MEDIANO LARGO PLAZO

- No tiene costo (redes sociales o google SEO)
- Hay que organizarse con un plan de publicaciones semanales.
- Llega a más personas según las acciones que se realicen en la páginas de negocios o páginas web.
ej redes: comentarios, compartir en grupos, etiquetar, compartir en perfil personal.
En webs: artículos, blogs.
- Necesita CONSTANCIA.
- Es recurrente ya que facebook y google vuelve a rotar los avisos y ponerte en primeras posiciones si la página esta siempre activa.



Publicidad pagada

PAGADA: AGILIDAD/ CORTO PLAZO

- Tiene costo según el objetivo publicitario.
- Se crea según plantillas establecidas usando el administrador de anuncios en redes sociales y la plataforma google ads para webs-
- Se elije el público objetivo en la configuración pudiendo segmentar de forma mas directa.
- Se puede editar el aviso e incluso suspenderlo una vez publicado.
- La publicidad se paga a través de cada plataforma con tarjeta de debito o crédito.



Estrategia de Contenido

- Es una forma de involucrar a tu público potencial en tu negocio y hacer crecer los « leads » y clientes a través de la creación de contenido que llame la atención del lector, que persuada motive y genere deseo de contacto para saber más de tu negocio ,producto, servicio y/o de tu marca.



- Es indispensable crear con punto de inicio una estrategia de contenido a fin de lograr los objetivos trazados en tus campañas de marketing digital.
De esta manera podremos darle a las personas información relevante y de valor que «genere deseo de compra» y así motivarlos a la acción de compra.

Para crear un buen anuncio...



- **PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER:** características principales, ventajas y beneficios.
- **PUBLICO OBJETIVO (TARGET):** ¿Quién nos va a comprar? ubicar la necesidad del cliente, su problema, para brindarle la solución. (Definir datos demográficos, intereses y comportamientos)
- **VALOR DIFERENCIAL:** definir aquello que diferencia al producto o servicio de la competencia par resaltarlo.
- **ESTRUCTURAR EL AVISO :** creando un Copy (texto vendedor que atraiga al público /nicho definido, utilizando técnicas de Copywriting).

- Gancho:** crea títulos interesantes con el cual tu público se identifique
- Historia:** detalla lo más relevante mostrando el beneficio para el cliente
- Llamada a la acción:** concluye el texto con un mensaje determinante que motive

Y creando un diseño que vaya de acorde a la estrategia creada (usando herramientas o programas de diseño como Canva entre otros).





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Especialización de administración
de edificios y condominios

Marilu Vera Tudela L.

● **Publicista**

Agente Inmobiliario: PN 5027

Marketing Digital





GRACIAS



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura



CAIRP
Cámara Inmobiliaria

Especialización de administración
de edificios y condominios



Marketing Digital



Publicista
Marilu Vera Tudela L.



CAIRP
Cámara Inmobiliaria

