

Esquema orientativo para a elaboración do Plano de Marketing dixital (iría incorporado no plano de marketing xeral da empresa)

1. Presentación

- a. Sobre nos (About us)
- b. Misión e visión

2. Situación actual

- a. Produto(s)/marca
- b. Estratexía de produto/marca
- c. Competencia
- d. Público obxectivo (target)
- e. Análise de sector e mercado
- f. Previsións de vendas (umbral de rendibilidade)

3. Obxectivos

- a. Obxectivos do negocio
- b. Obxectivos da campaña de marketing (fidelizar, conseguir novos clientes, aumentar visitas a web, aumentar ratio de conversión, etc)

4. Accións estratéxicas

- a. Web
 - i. Deseño e aloxamento.
 1. Usabilidade, accesibilidade e calidade do contido.
 2. Elección de dominio
 - ii. Posicionamento da web en buscadores
 1. Posicionamento externo (*incentivar citas, participación en foros, contidos de valor, enlaces*)
 2. Posicionamento *SEO* (*palabras clave, deseño páxina, título ou cabeceira, relevancia*)
 3. Posicionamento *SEM*
- b. Blog
- c. Presenza en redes sociais
- d. Publicidade dixital
 - i. Plataformas de afiliación (*LinKshare, Share Results*)
 - ii. Google adwords
 - iii. Marketing viral
- e. Dixitalización de relación con clientes/provedores
- f. Tenda online
 - i. Catalogo
 - ii. Sistemas de pago
 - iii. Sistema de envío
 - iv. Devolucións

5. Control e medición dos resultados

- a. Ferramentas empregadas
- b. Resultados obtidos