

## ÍNDICE

<b>Dedicatoria</b> .....	9
<b>Sobre los autores</b> .....	11
<b>Introducción</b> .....	15
<b>PARTE I. ESTRATEGIA</b> .....	19
<b>Capítulo 1. La estrategia empresarial</b> .....	21
1.1. Objetivo y metas .....	21
1.2. Táctica empresarial .....	22
1.3. Análisis de la cadena de valor .....	26
<b>Capítulo 2. El plan estratégico</b> .....	30
2.1. Pasos para elaborar el plan estratégico .....	30
<b>PARTE II. DIGITALIZACIÓN</b> .....	35
<b>Capítulo 1. La digitalización como estrategia empresarial</b> .....	37
1.1. Introducción .....	37
1.2. Estrategia de digitalización .....	37
1.3. Transformación digital .....	38
1.3.1. El metaverso .....	41

<b>PARTE III. MARKETING</b> .....	45
<b>Capítulo 1. El plan de marketing</b> .....	47
1.1. ¿Qué es un plan de marketing? .....	47
1.2. ¿Para qué sirve un plan de marketing? .....	49
1.3. Pasos a seguir .....	50
1.3.1. Analisis de la situación .....	50
1.3.2. DAFO .....	52
1.3.3. CAME .....	53
1.3.4. Objetivos .....	54
1.3.5. Estrategias de marketing mix .....	55
1.3.6. Planificación .....	63
1.3.7. Control .....	64
<b>Capítulo 2. Marketing tradicional vs marketing digital</b> .....	69
2.1. Introducción .....	69
2.2. La evolución del marketing mix de las 4P a las 4C .....	72
<b>Capítulo 3. El plan de marketing digital</b> .....	82
3.1. Análisis de la situación (digital) DAFO .....	82
3.2. Definición de cliente objetivo o <i>buyer persona</i> .....	83
3.3. Fijación de objetivos .....	83
3.4. Definición de estrategias .....	83
3.5. Medición y KPI .....	86
<b>Capítulo 4. Aplicación del plan</b> .....	90
4.1. Decide tu modelo de web .....	90
4.2. Web 2.0 .....	91
4.3. Google <i>my business</i> .....	92
4.4. Una web a medida del consumidor .....	93
4.5. Selección de <i>keywodrs</i> .....	94
4.6. Posicionamiento SEO ( <i>search engine optimization</i> ) .....	95

4.7.	Posicionamiento SEM ( <i>search engine marketing</i> ) .....	105
4.8.	Posicionamiento SMO ( <i>social media optimization</i> ) / SMM ( <i>social media marketing</i> ) .....	115
4.8.1.	Establece tus objetivos .....	117
4.8.2.	Define a tu público. localiza tu <i>target</i> , segmenta a tu audiencia .....	118
4.8.3.	Selecciona la red social adecuada(s) .....	118
4.8.4.	Aumenta el impacto social – Define tu metodología de actuación .....	130
4.9.	Las 4P del marketing digital .....	132
4.10.	Social CRM ( <i>customer relationship management</i> ) .....	133
4.11.	<i>Inboun</i> g marketing .....	135
<b>GLOSARIO</b>	.....	145
<b>LECTURAS DE INTERÉS</b>	.....	181