

Módulo: Investigación de contenidos digitales

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Introducción



El objetivo de este módulo es explorar los conceptos clave y las estrategias prácticas para investigar y crear contenidos digitales que resuenen entre tu público objetivo.

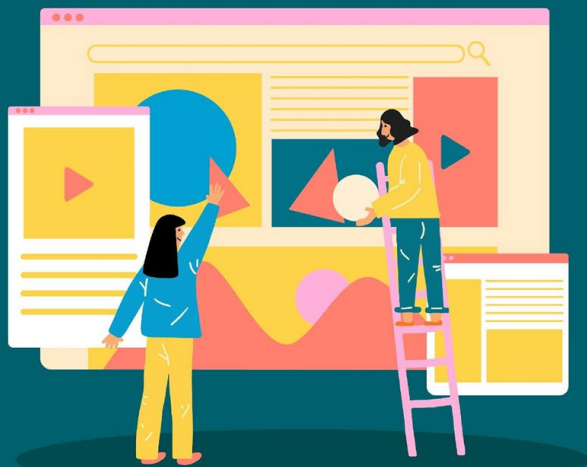
Objetivos de aprendizaje

- Comprender la importancia de los contenidos digitales en las empresas actuales.
- Aprender a identificar las necesidades y preferencias de tu público objetivo.
- Aprender a investigar los contenidos digitales adecuados para tu público objetivo.
- Desarrollar estrategias para aumentar los niveles de interacción de la audiencia con sus contenidos.

Empecemos.



Investigación de contenidos digitales



Conceptos clave

Contenidos digitales

Investigación

Objetivo

Acción

Distribución de contenidos

Contenidos digitales

Se refiere a cualquier tipo de contenido digital creado y compartido en línea.

Puede incluir texto, imágenes, vídeos y otras formas de contenido multimedia.

Se crea con diversos fines, como facilitar la comunicación o promocionar productos o servicios.

Puede acceder a través de diferentes canales o formas, como sitios web, redes



Investigación

El proceso de recopilar y analizar información para comprender mejor a tu público objetivo y sus necesidades y preferencias.

Se recopilan datos de distintas fuentes.

Se ayuda a las organizaciones a tomar decisiones informadas sobre sus estrategias de marketing.



co objetivo

fiere al grupo específico de personas que tienen más habilidades de estar interesadas en su producto o servicio.

Se define por factores demográficos, como el sexo y el nivel educativo, y psicográficos, como los valores y el estilo de



acción

refiere al grado en que su presencia responde a sus contenidos digitales.

Se refiere a acciones como gustar, comentar, compartir y retwittear.



Distribución de contenidos

Se refiere al proceso de compartir tu contenido digital a través de varios canales en línea, como las redes sociales y el correo electrónico.

Ayudarán a llegar a un público más amplio y a aumentar la visibilidad de su marca.

Existen diferentes estrategias de distribución, en función de la naturaleza del contenido y de los objetivos de marketing.



¡Gracias por tu tiempo!

ás sobre la investigación de contenidos digitales



Importancia de los contenidos digitales

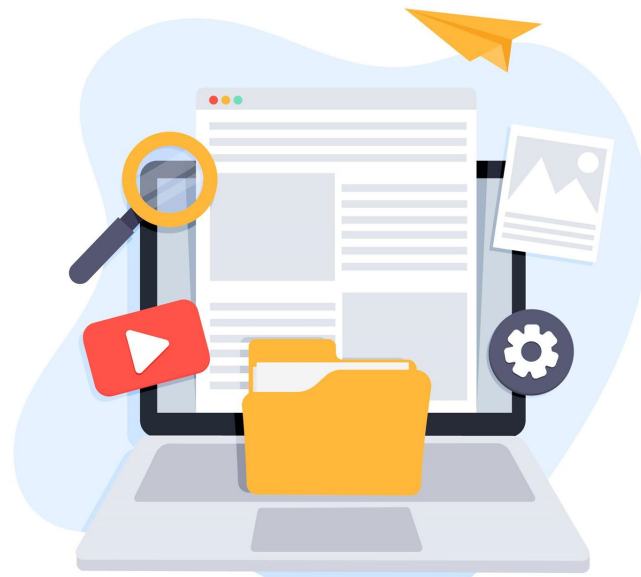
Las organizaciones están creando y distribuyendo contenidos digitales para

conectar con su público,

mejorar la conciencia de marca,

facilitar la captación de clientes

potenciales.



Diferentes tipos de contenidos digitales

...ulos,
...das de blog,
...s en redes sociales,
...rafías,
...s,
...asts,
...s electrónicos,



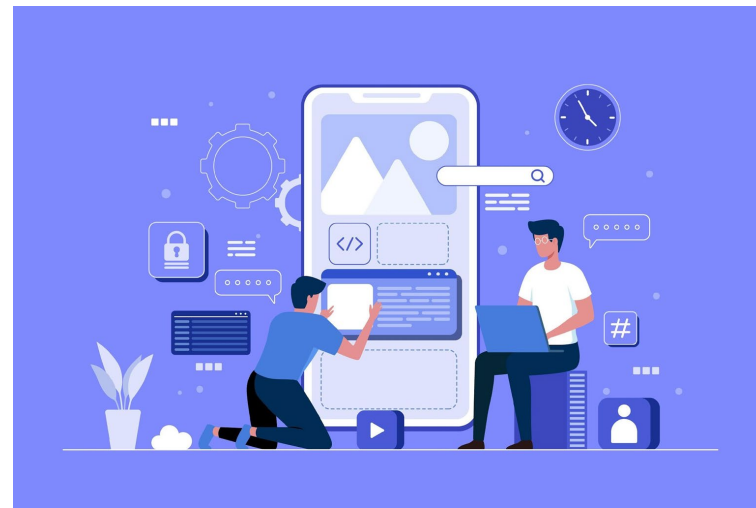
Acceso a los contenidos digitales

Se puede acceder a los contenidos digitales a través de diversas plataformas, tales como:

• Web,

• Redes sociales,

• Aplicaciones móviles.



Diferentes tipos de métodos de investigación

Muchos tipos de métodos de investigación que las organizaciones utilizan para recopilar datos del público, entre ellos:

Encuestas en línea,

Entrevistas,

Grupos de discusión,



análisis de los datos de la investigación

Los datos de la investigación deben ser analizados para identificarlos:

patrones,
tendencias,
y anomalías.



¿Para quién es esto?"

Al hacer esta pregunta, puedes obtener un par de pistas sobre los temas que interesan a tu público, al hacer así una de las partes más importantes para encontrar un público objetivo.



Ejemplos para el público destinatario

ter
book
Line
gram



r las interacciones

eracciones también puede medirse y
se utilizando diversas herramientas
cas, como:

sis de redes sociales,

o web,

de apertura del correo electrónico.



umentar la interacción

contenidos pertinentes,
sios y adaptados a las
sidades y preferencias
público objetivo.

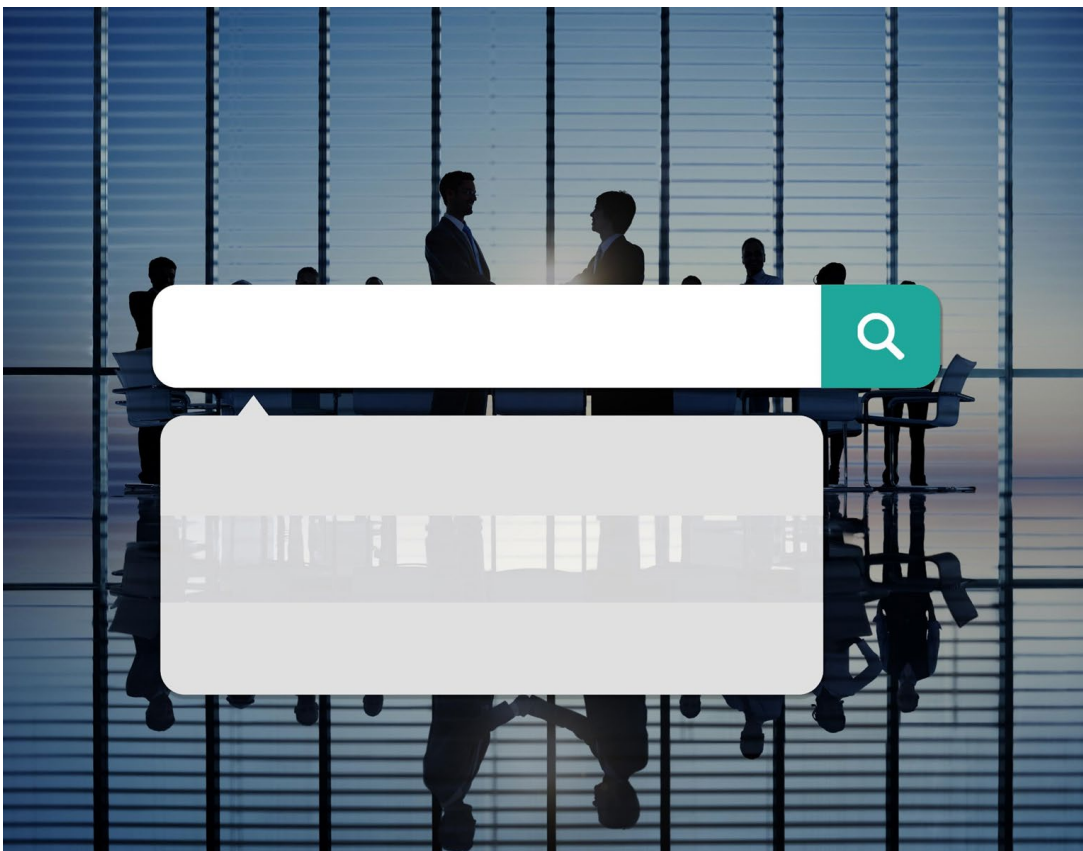
ueve una participación
a y continua con tu
encia.



¡Gracias por tu tiempo!

Cómo buscar contenidos
digitales que demuestren
mente que eres una fuente
fiable y con autoridad?

ctica



esto con una búsqueda de Google

ctica



ctica



U.S. H.

ctica



Gracias por tu atención!