

“Licenciatura en Administración de Empresas”

14. Administración marketing digital

Actividad de Aprendizaje 4

por

Wendy Carolina Piña Ferrer

Tabla comparativa de cada uno de los temas vistos; e-commerce, google ads y google analytic, omnicanal y publicidad en línea donde especifiques el concepto, mínimo 3 ventajas y 3 desventajas de cada uno.

TEMA	CONCEPTO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
E-commerce	Comercio electrónico que permite a los consumidores comprar productos o servicios en línea	1. Mayor alcance y visibilidad. 2. Acceso a un mercado global. 3. Reducción de costos operativos.	1. Competencia intensa. 2. Problemas de seguridad y privacidad. 3. Costos de envío y logística
Google Ads	Plataforma de publicidad en línea que permite a los anunciantes crear y publicar anuncios en Google y sus partners	1. Mayor visibilidad y alcance. 2. Segmentación precisa del público objetivo. 3. Medición y seguimiento del rendimiento.	1. Costos altos para algunos anunciantes. 2. Competencia por palabras clave. 3. Necesidad de conocimientos y habilidades para gestionar campañas efectivas.
Google Analytics.	Herramienta de análisis web que permite a los propietarios de sitios web medir y analizar el tráfico y el comportamiento de los usuarios.	1. Proporciona información valiosa sobre el comportamiento de los usuarios. 2. Ayuda a mejorar la experiencia del usuario y aumentar las conversiones. 3. Permite medir el rendimiento de las campañas de marketing	1. Puede ser complejo de usar para usuarios sin experiencia. 2. Requiere configuración y seguimiento adecuados. 3. Limitaciones en la recopilación de datos debido a la privacidad y la seguridad.
Omnicanal	Estrategia de marketing que busca proporcionar una experiencia de cliente coherente y personalizada a través de múltiples canales.	1. Mejora la experiencia del cliente y aumenta la lealtad. 2. Permite una mayor personalización y segmentación. 3. Aumenta la eficiencia y reduce costos.	1. Requiere una integración y coordinación efectiva de múltiples canales. 2. Puede ser complejo de implementar y gestionar. 3. Requiere una comprensión profunda del comportamiento del cliente.
Publicidad en Línea	Forma de publicidad que utiliza Internet y plataformas digitales para promocionar productos o servicios.	1. Mayor alcance y visibilidad. 2. Segmentación precisa del público objetivo. 3. Medición y seguimiento del rendimiento.	1. Puede ser intrusiva y molesta para algunos usuarios. 2. Requiere una estrategia y un presupuesto adecuados. 3. Puede ser afectada por la competencia y la saturación de anuncios