

La influencia del marketing digital en la comunicación corporativa

Juan Pedro Molina Cañabate

juanpedro.molina@uc3m.es



Esta obra se presenta bajo una licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)
([Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/))

Inbound Marketing

La comunicación institucional en redes sociales pasa ahora por el Inbound Marketing, una estrategia no intrusiva que pretende atraer la atención del usuario mediante:

- La generación de contenidos de calidad (marketing de contenidos)
- El uso estratégico de las redes sociales
- La utilización de técnicas SEO

Para saber más: "El Inbound Marketing en pocos enlaces"

<https://comunicacion.molinacanabate.com/inbound-marketing-enlaces/>

El embudo de ventas

Un embudo (funnel) es la representación gráfica del proceso de ventas

- TOFU (Top of the funnel)
- MOFU (Middle of the funnel)
- BOFU (Bottom of the funnel)

¿Cómo los comunicadores corporativos podemos influir en ese proceso de ventas?

¿Lo hablamos?



Crédito de la imagen: Ipanema Comunicación.

<https://www.ipanemacomunicacion.com/blog/guia-paso-a-paso-como-crear-funnel-embudo-ventas>

Gracias

