

CHECKLIST DE TU PRESENCIA DIGITAL



SILVIA MAZZOLI

¿En qué estado se encuentra tu presencia digital?

Estarás de acuerdo conmigo que es muy saludable pararse de vez en cuando a reflexionar sobre nuestra situación actual, para detectar áreas de mejora en las que conviene intervenir.

Hoy en día la **presencia digital** es vital para cualquier empresa o profesional y es necesario que esté en un buen estado de forma.

¿Cómo está la tuya?

Para ayudarte en tu reflexión he preparado una **checklist completa**, con los principales puntos a analizar.

Imprime las dos hojas de comprobación y valora a fecha de hoy tu situación actual.

Te propongo esta escala de valoración:

1	2	3	4	5
muy mal	mal	no sé/regular	bien	excelente

No puntúes lo que no proceda en tu caso y añade cualquier otro aspecto que consideres importante para tí.

Al finalizar, posiblemente detectes varias áreas de mejora. Recuerda que NO tienes que mejorar todo, sino solamente lo que importa y es esencial para cumplir tus objetivos.

Gracias por tu interés y por descargarte mi checklist. A por ello, pues :)

Checklist de comprobación de tu presencia digital

Fecha _____

1-WEB	1	2	3	4	5
Nivel de orientación al cliente. Refleja claramente los beneficios para el cliente, los elementos de diferenciación, la propuesta de valor, etc.					
Tipo y calidad del contenido					
Atractivo visual, uso de fotos, video, imágenes, etc.					
Blog actualizado y con contenido pertinente y relevante					
Presencia de botones sociales (correctamente enlazados) en la web					
Usabilidad y experiencia de navegación: ¿Se muestra el contenido de una forma clara y sencilla y acorde a las expectativas de tus usuarios?					
Velocidad de carga					
Responsive: web adaptada a otros dispositivos					
Analítica web: la web está correctamente conectada a Google Analytics					
¿Se analiza periódicamente la web? ¿Has identificado las métricas relevantes?					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					
2-SEO POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES	1	2	3	4	5
¿La estrategia SEO es adecuada?					
¿La web está bien posicionada en los buscadores?					
¿El contenido de la web/blog está optimizado con las palabras clave (keywords) utilizadas por los usuarios en sus búsquedas?					
Optimización SEO global de los elementos de la web: dominio; URLs optimizadas; títulos (H1, H2, H3) y estructura de los contenidos; etiquetas ALT de las imágenes; estructura de los contenidos (densidad y jerarquía de palabras clave en el cuerpo de la página, etc.); enlaces internos y externos, etc.					
Protocolo de seguridad SSL para navegar de forma segura con HTTPS (candado en la barra de direcciones del navegador)					
Indexabilidad (facilidad de una página web para ser rastreada por los buscadores). ¿Cuántas páginas están siendo indexadas (se muestran en el índice de resultados de los buscadores)?					
¿Está activado Google Search Console?					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					

3-SEM MARKETING EN BUSCADORES	1	2	3	4	5
Si se han realizado campañas de publicidad de pago en buscadores ¿cuál ha sido su rendimiento (ROI)?					
Definición de palabras clave ¿Ha sido correcta?					
Datos de tráfico y conversión (CTR, CPC, coste por conversión) ¿Se han analizado?					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					
4-SOCIAL MEDIA	1	2	3	4	5
Presencia en las redes sociales: nivel de satisfacción global					
Nivel de compromiso: personas responsables, tiempos de dedicación, frecuencia de publicaciones, monitorización y participación en las conversaciones					
Estrategia de contenidos: ¿De qué se habla? ¿Existe un plan de contenidos?					
Publicidad en redes: rendimiento, satisfacción global					
Analítica: herramientas de monitorización utilizadas, frecuencia, elementos monitorizados, métricas relevantes (KPIs), resultados de la analítica.					
¿Se monitoriza la reputación online de la empresa?					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					
5-ASPECTOS específicos de cada actividad	1	2	3	4	5
Estrategia de E-mail marketing: valoración global (eficacia, periodicidad, contenidos, etc.)					
¿Hay una base de datos acorde con la LOPD?					
¿Existe un <i>funnel</i> (embudo de conversión) automatizado?					
Google My Business (para negocios locales)					
Comercio electrónico: valoración global (landing pages; imágenes y contenido; proceso de compra sencillo; estrategias de promoción; campañas de suscripción, etc.)					
Estrategia <i>mobile</i>					
Participación en foros y blogs					
Marketing de <i>influencers</i>					
Publicidad <i>display</i>					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					

6-HABLEMOS DE TI	1	2	3	4	5
Nivel de competencias digitales					
Perfil profesional en LinkedIn, marca personal, actividad en redes sociales/blog					
Tiempo y recursos dedicados a la formación general y sectorial					
Tiempo y recursos dedicados a la formación en competencias digitales					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					
7-HABLEMOS DE TU EMPRESA	1	2	3	4	5
Equipo humano: nivel de competencias digitales, complementariedad, dedicación, niveles de responsabilidad y reparto de tareas					
Recursos económicos para invertir en la presencia digital					
Planificación de la estrategia digital global o existencia de un plan de marketing de la empresa					
Otros aspectos que consideres de interés para tu caso					

¿Te ayudo?



Realizar periódicamente una comprobación de la salud de tu marca o empresa es necesario. En este sentido espero que mi checklist digital te sea de utilidad.

Si necesitas más ayuda o te sientes perdido en el océano del marketing, [puedo ayudarte](#).

Y si lo que quieres es hacer tu [plan de marketing](#), tienes a tu disposición mis dos ebooks con la teoría y la práctica. ¡Descúbrelos!

¡Un cariñoso saludo marketiniano!



gracias

www.silviamazzoli.com

ayudandoaemprender@silviamazzoli.com
