

# 5 Claves para posicionarse y vender internacionalmente en Internet

David Ordás Yusto · CEO visualit

davidordas@visualit.es



# Definir la estrategia digital

Partiendo y siempre **adaptándose** a tu estrategia global y objetivos de internacionalización.



**¿Por dónde empezamos?**

# Investiga y analiza

- **Benchmark:** ver y analizar lo que hace la competencia.
- **Análisis de experto de tu web/ecommerce actual** antes de invertir en transformarla a internacional.
- **Investigación de mercado:** hazte preguntas y obtén respuestas ¿Tus buyer personas/customer journey nacional se puede extrapolar a internacional? ¿Quién es tu buyer persona internacional? ¿Conoce tu marca? ¿Buscan tus productos o servicios?



# Piensa y evalúa

- Define **objetivos** ¿En qué países quiero tener presencia digital y cómo?
- Piensa en la estrategia **ideal**, y para ello...
- Mira lo **que te gusta y no te gusta** de la competencia con presencia internacional en ese país
- Fíjate en la **presencia online** de las empresas locales líderes



# Conceptualiza y desarrolla tu estrategia

- **Elige el nombre de dominio.** Piensa en la importancia del nombre de dominio a nivel de marca para posicionarte en mercados internacionales
- Nombres para los distintos **canales en redes**
- Haz un **mapa mental** con la estrategia ideal



# Elección de plataformas

Define cuáles serán los canales utilizados para la internacionalización online.



**Dimensiona tu proyecto y  
define los canales. Es el  
momento de decidir.**



# Plataforma principal:

Sitúa tu Web o eCommerce como centro de tu estrategia de internacionalización digital.

Partiendo del análisis previo y de tus objetivos, reflexiona sobre preguntas básicas que te ayudarán a perfilar tu estrategia definiendo cómo será tu plataforma principal:

- ¿Te vale la plataforma Web/eCommerce que tienes? ¿Es apta técnicamente para internacionalizar? o ¿Mejor empezamos de cero con otra plataforma??
- ¿Te hace falta una web con programación a medida multi-idioma y multi-país o te puedes arreglar internacionalizando por ejemplo tu site corporativo en WP pasándolo a instalación multi-idioma?
- ¿Vas a trabajar con varias monedas? ¿Necesitas contenido exclusivo para cada país, o ofreces los mismos servicios y productos y solo necesitas una web multi-idioma?

**Dimensiona correctamente tu proyecto antes de decantarte por una u otra plataforma. La más potente no tiene porqué ser necesariamente la mejor para tí.**

## Resto de canales:

En tu estrategia internacional ideal, ¿en qué otros canales, además de la web, te quieres enfocar?

## Dimensiona recursos y organiza:

¿Qué **recursos internos y externos** tienes que movilizar para mantener correctamente los canales que vas a internacionalizar?

Fasea tu implantación digital internacional para que sea un éxito.

# Implementación técnica

Define la configuración técnica del proyecto para soportar múltiples idiomas (y monedas).



**Planifica y define la parte técnica.  
Es el momento de tomar  
decisiones de arquitectura  
importantes.**

# ¿Web Multi-idioma o multipaís?

- ¿Y Multi-idioma y multi-país a la vez?
- Ten en cuenta los **costes de mantenimiento** multipaís vs multi-idioma, **las cargas** multi-idioma, **las posibilidades de automatización**, etc...
- No hay una solución mejor y otra peor. **Conoce las ventajas y limitaciones** de cada configuración
- Casuísticas y posibilidades: selección automática de idioma / indexación por país / página de entrada con selección de país...
- Limitaciones y posibilidades del dominio en función de su extensión.

# Resto de canales e integración de sistemas

- ¿Traducción de post a idioma inglés o a todos los idiomas?
- ¿Traducción de locuciones de los vídeos / subtítulos?
- Planifica la integración de sistemas de back-end, como ERP / gestión de inventarios, logística y CRM.
- Cumplimiento normativo en Internet, relativos a la protección de datos y manejo seguro de los datos personales. GPDR, ePrivacy (ePR), CCPA...

# ○ Plan de Marketing Digital Internacional

Cuenta con un plan de MK digital internacional orientado a objetivos desde el principio.



# Debes tener en cuenta:

- Planes de Marketing con **estrategia SEO y PPC internacional**, aprovechando las sinergias entre ellos (p.ej. Keyword Research).
- Importancia de los **localismos**
- Benchmark de la competencia por cada país
- B2B o B2C
- Objetivos SMART

# No puede faltar:

- **PPC.** Distintas tendencias en función de países y regiones. Google Ads, Bing Ads, y Social Ads, p.ej. Meta Ads, LinkedIn Ads.
- **SEO internacional.** Dimensiona el proyecto. La unidad mínima para trabajar el SEO es un país. KR por cada país.

# ○ Ponlo en marcha: mide y optimiza

Cumple objetivos.



**Pon en marcha ordenadamente las acciones de implantación y MK digital, y mide todos los KPIs relevantes**

# En la puesta en marcha prioriza:

- **PPC.** ¿necesitas tráfico de calidad desde el principio?
- **Display** ¿buscas relevancia de marcha en los nuevos mercados?
- **SEO internacional** a corto y medio plazo.
  - **A corto plazo:** posiciona tus keywords de marca en el país o países objetivos y asegúrate que se muestran los snippets de búsqueda adecuados a cada país
  - **A medio plazo:** posiciona tus keywords de productos y servicios transaccionales

# Mide y optimiza de manera continua:

- **KPIS relevantes.** tráfico, tiempo de permanencia en página, páginas vistas por usuario...
- **Objetivos de negocio.** leads / ventas.

Crea segmentos de idioma, estratégicos y técnicos para priorizar acciones de MK sobre aquellas áreas que más impacto tengan sobre los objetivos de negocio.



**“Optimiza o corrige tu estrategia  
basándote en datos”**

# Ayudas técnicas



Gana tiempo y haz más con menos para llegar mejor a más países.



# Herramientas:

- Descubre tendencias en distintas partes del mundo con **Google Trends**  
<https://trends.google.com/>
- Utiliza SEMrush y Ahrefs para realizar investigaciones de palabras clave internacionales y analizar la competencia
- Usa herramientas de testeo para comprobar las directivas hreflang de las URLs y otros puntos críticos para evitar problemas de indexación internacional, por ejemplo <https://technicalseo.com/tools/hreflang/> y Screaming Frog SEO Spider
- Google Analytics 4 con consent mode y Google Search Console

# Mejora tus traducciones apoyándote en la IA

- Traduce las páginas cruciales y textos legales con profesionales
- Aprovecha los motores de traducción de las IAs para traducir páginas no cruciales o miles de páginas de productos, mejorando además su mantenimiento posterior.
  - DeepL
  - Google translator
  - OpenAI (Chat GPT)

# gracias.

David Ordás Yusto · CEO visualit

