

**IV ACUERDO MARCO PARA LA
COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN
EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN**

**MARKETING
DIGITAL**

El marketing digital es un conjunto de técnicas y estrategias que promueven a una marca en entornos de internet como los sitios web, buscadores y redes sociales. Busca conocer a la audiencia en profundidad para ofrecerles contenidos y ofertas personalizadas de acuerdo con sus intereses y comportamiento en línea.

El marketing digital es relevante, tanto que permite llegar a una audiencia más específica, de acuerdo con sus gustos y preferencias, lo que lleva a un mayor número de ventas efectivas que las técnicas tradicionales. En general, permite a los negocios crecer más allá de las ventas que puedan tener de manera local y llevarlas a un mercado internacional potencial muy amplio.



Así mismo, es esencial para que una empresa se mueva en entornos digitales con un plan estratégico de marketing, que le permita contactar con la audiencia correcta en el momento indicado con el mensaje oportuno, propiciando una interacción que produzca una conexión con la marca.

Al final todas estas acciones se suman a la rentabilidad y crecimiento del negocio porque se generan mayores oportunidades: se es más visible en internet, con una imagen positiva y un gran conocimiento de los consumidores y el mercado.



Piezas básicas de estrategia digital

El marketing digital funciona tanto para las empresas B2B como B2C, pero las prácticas recomendadas varían significativamente entre ambos tipos.



Por supuesto, hay excepciones a cada regla. Una empresa de B2C que venda productos de alto precio, como coches y ordenadores, puede ofrecer un contenido más serio e informativo. Siempre se necesita orientarse hacia la propia base de clientes, tanto si se es B2B como B2C.

TIPOS DE MARKETING DIGITAL



1. Inbound Marketing

Consiste en invertir la pirámide del marketing. En vez de buscar los clientes con publicidad lo que hace es facilitar que estos te encuentren y te conozcan.

2. Marketing de Contenidos

El content marketing o marketing de contenidos es una estrategia de marketing digital que se centra en crear, publicar y distribuir contenido relevante a una audiencia objetivo, para atraerla de forma no intrusiva y lograr que se convierta en cliente.

Este tipo de marketing digital se compone mayormente por contenido en redes sociales, blogs, contenido visual, infografías o material premium (como los e-books o webinars). Su función es muy sencilla: proporciona información y resuelve problemas por medio de contenido útil y de alta calidad.

3. Email Marketing

Es una estrategia para promocionar productos y servicios de una empresa. Ayuda a educar a la audiencia sobre el valor de la marca; se puede mantenerla informada acerca de las novedades de los servicios y así tener presencia en su día a día.

4. Mobile marketing

El Mobile marketing es un conjunto de técnicas para promocionar servicios y productos a través de los móviles. Busca interactuar, relacionar e influenciar a un determinado público a través de las funcionalidades de los dispositivos móviles.

5. Marketing de influencers

El influencers marketing ha crecido aceleradamente debido a los cambios en la manera en que las personas se comunican y la relación que tienen con sus marcas favoritas. Tiene como ventaja un buen nivel de alcance, interacción y autoridad en redes sociales.

6. Marketing de afiliados o partners

La mejor manera de crecer es a través de acuerdos y colaboraciones con terceras partes. Por un lado, hay redes que concentran afiliados y, por otro lado, está el trabajo de desarrollo de negocio con alianzas.

7. Social Media Marketing

Las marcas ahora ya tienen identidad digital y voz. Las redes sociales son su mayor exponente. Es indispensable para sacar el máximo provecho a las redes sociales conocer dónde pasa más tiempo la audiencia

8. Marketing automatizado

Es un sistema de automatización de procesos, tecnología de rápido crecimiento que permite a las empresas implementar sistemas de software inteligentes o "robots" de software, que imitan las acciones de los usuarios humanos.

9. Marketing para Buscadores (SEO/SEM)

El SEO es el posicionamiento natural en buscadores como Google. Consiste en realizar optimizaciones para aparecer lo más arriba posible en estas páginas. Concentrarse en esta estrategia de marketing digital trae consigo una inigualable ventaja: tráfico a tu sitio web.

SEM también es posicionar nuestra página en buscadores o directorios, pero pagando por ello. Se ha convertido en una de las herramientas más importantes del Marketing Digital porque el consumidor usa estos mecanismos al final del embudo de compra.

10. SMS marketing

El SMS marketing es la estrategia que usa el envío de mensajes de texto directamente a los teléfonos móviles de los clientes, con el fin de promover y anunciar un producto o servicio. A través del envío masivo de SMS, las empresas pueden generar conocimiento de marca, proporcionar actualizaciones sobre productos y servicios, además de generar ventas.

VENTAJAS DEL MARKETING DIGITAL

Debido a las características que internet aporta al Marketing Digital se le pueden atribuir entre otras las siguientes ventajas:

- **Global:** Una vez posicionado el producto en internet, cualquier persona de cualquier parte del mundo podrá acceder a él.
- **Rentabilidad:** Tiene un coste más bajo que el marketing tradicional (periódicos, televisión...). El marketing digital ofrece mucha más flexibilidad y contacto con el cliente en relación al gasto publicitario.
- **Interactivo:** Internet es un canal de comunicación bidireccional por lo tanto el Marketing Digital también lo es.
- **Perfectamente medible:** Los datos se recogen de manera inmediata a través del seguimiento de las acciones que el usuario realiza directamente en internet. Permite obtener datos personales, de preferencias y usabilidad que, analizados y gestionados adecuadamente, permiten la creación de acciones más eficientes.
- **Adaptable y flexible:** La información que obtenemos nos permite modificar y reorientar la estrategia todas las veces que sean necesarias a tiempo real.
Se puede modificar una campaña activa, para mejorarla y optimizarla, aunque no haya terminado. Igualmente, si los resultados no son buenos, podemos parar la campaña sin gastar el total del presupuesto.
- **Hiper Segmentable:** Gracias a la gran cantidad de información recogida sobre los usuarios de internet, es posible diversificar mucho más las acciones de marketing. Se puede apuntar a objetivos cada vez más perfilados y definidos. Hoy en día, se segmentan las campañas incorporando nuevas variables geográficas, horarias y en función del dispositivo de acceso.
- **Ayuda a posicionar la marca:** El marketing digital ayuda a impulsar y posicionar la marca en la mente del consumidor. Con un buen trabajo de branding y marketing online, se consigue que la marca sea reconocida, destaque de la competencia, y los clientes se acuerden de ella a la hora de adquirir un producto o servicio.
- **Permite crear una comunidad:** Si se crea una audiencia en torno a la marca, se consigue:
 - Gran cantidad de información que servirá para conocer a nuestra audiencia, sus intereses, y su relación con la marca.
 - Crear lazos con nuestra comunidad, para generar una relación de confianza.
 - Aumentar el valor percibido de la marca, productos y/o servicios.
 - Ganar prescriptores que ayudarán a difundir la marca, compartiendo nuestras publicaciones, o recomendándonos a sus contactos y seguidores. De esta forma se aumentará el alcance y la visibilidad de la empresa.
 - El apoyo de los seguidores ayudará a hacer frente ante una crisis de reputación.

Beneficios del **marketing online**



Es global



Facilita la expansión nacional e internacional



Es más económico



Se puede medir



Es adaptable y flexible

Permite testear cualquier campañas



Ayuda a conocer a nuestros clientes



Facilita llegar a tu público objetivo



Ayuda a posicionar la marca



Permite crear una comunidad



