

El marketing digital avanza pymes y empresas Jueves, 1 de Octubre, 2009

La era digital ha llegado provocando varios cambios en la vida del ser humano. Uno de ellos tiene que ver con el marketing digital que ofrece nuevas y variadas herramientas para dar a conocer los productos y servicios de las empresas a un público objetivo mucho mayor del que ofrecen los medios tradicionales y no sólo está destinado a las grandes empresas.

Los últimos 40 años, el

modelo para hacer marketing se basaba en la radio, televisión, medios impresos y la publicidad en exteriores; sin embargo, ahora con el formato digital la Internet, los videojuegos, la telefonía celular, los foros y redes sociales juegan un papel fundamental para promocionar los productos.

César Ramiro Cladera, que dictó el seminario de Marketing Digital en la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (Cainco), explicó que este tipo de servicio no sólo está enfocado a las grandes corporaciones; sino también a la Pequeña y Mediana Empresa (Pymes) a un costo accesible.

“Una campaña digital no costara más de 500 dólares y servirá para atacar a través del email, bloggs, banners, comunidad virtual y por ultimo vía bluetooth que es considerado marketing de proximidad o viral”, indicó Cladera.

El especialista destaca que el marketing digital no sólo se debe limitar a adquirir un dominio y subir una página web a la red como algunas empresas lo hicieron; sino que toda la campaña a través de medios físicos y digitales debe ser coherente tanto en conceptos, diseños, colores y logos de la institución.

“Muchas empresas fracasaron en el marketing digital, porque las estrategias físicas no estaban relacionadas con las lógicas”, manifestó.

Otros errores ocurren con los emails de envío masivos. Muchos no tienen un contenido claro o su redacción tiene muchos errores haciendo que por ello sea considerado como spam. También perjudica la falta de actualización de la base de datos de los destinatarios haciendo



que muchos correos reboten.

Los banners son otro producto muy utilizado en el marketing digital y son colocados en las páginas web para promocionar un producto o servicio a ser vendido. Proporciona un enlace hacia la página web de la empresa que promociona. Por cada click que una persona realicen en ese enlace, la empresa que vende debe realizar un pago por lo que puede resultar una opción muy costosa. “Es muy utilizado por empresas inmobiliarias en Europa”, explicó Cladera.

Finalmente está el marketing viral o de proximidad. Con esta modalidad las empresas utilizan el bluetooth para enviar las promociones, rebajas, ofertas y la propia imagen corporativa a los celulares cuando una persona camina por una calle cualquiera.

“Aunque las empresas creen que realizar un spot publicitario para un celular es muy caro, ahora existen corporaciones que se dedican a realizar este producto a un bajo costo”, finalizó Cladera.

No sólo está enfocado a grandes empresas sino a la pequeña y media empresa a precios accesibles

Tips

Transformación

La Internet y la era digital representan un punto de inflexión para la industria de la publicidad. El marketing digital es una estrategia que incentiva a que los individuos transmitan rápidamente un mensaje comercial a otros de tal manera que existe un crecimiento exponencial.

Publicidad masiva

Aún cuando en los últimos años cobraron mucha relevancia otros canales de comunicación, como el Punto de Venta, el Marketing Directo y las Promociones, nunca han alcanzado el status real de la “Publicidad Masiva”. En esta oportunidad el marketing digital ofrece esa posibilidad.

Las cuatro C's

El marketing tradicional se basaba en las cuatro P's; es decir, en el Precio, Plaza, Promoción y Producto; sin embargo, con la incursión del marketing digital de lo que se habla es de las 4 C's: Canal, Contenido, Comercio, Comunidad. El objetivo es lograr una relación persona a persona donde el lugar de encuentro sean las redes sociales.