



Marketing Digital

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales. Se conocen dos instancias:

- ❖ La primera se basa en la web 1.0, que no difiere de la utilización de medios tradicionales. Su mayor característica es la imposibilidad de comunicación y exposición de los usuarios. Solamente la empresa tiene el control de aquello que se publica sobre sí misma.
- ❖ Con la [web 2.0](#) nace la posibilidad de compartir información fácilmente gracias a las redes sociales y a las nuevas tecnologías de información que permiten el intercambio casi instantáneo de piezas que antes eran imposibles, como videos, gráfica, etc. Se comienza a usar internet no solo como medio para buscar información sino como comunidad, donde hay relaciones constantemente y feedback con los usuarios de diferentes partes del mundo.

En este nuevo ámbito se desarrolla la segunda instancia del marketing digital ya que los usuarios pueden hablar de la marca libremente. Ellos tienen un poder importantísimo que antes sólo se le permitía a los medios: La opinión.

Las técnicas de comercialización deben entonces cambiar su paradigma. Si antes los distribuidores, los medios, y los productores eran los que tenían el poder de la opinión, ahora el foco debe cambiar al usuario. Este es capaz de buscar aquello que quiere gracias al poder de los search engines (Google, Yahoo, Bing, etc.), y no sólo preguntar a los medios dados si su decisión es correcta, también tiene la posibilidad de leer reseñas, comentarios y puntuaciones de otros usuarios.

Es por eso que una estrategia digital debe incluir todos los espacios relevantes en donde el target interactúe, buscando influenciar opiniones y opinadores, mejorar los resultados de los motores de búsqueda, y analizando la información que estos medios provean para

optimizar el rendimiento de las acciones tomadas. El marketing digital es el conjunto de diseño, creatividad, rentabilidad y análisis buscando siempre un ROI.

¿Qué es lo nuevo que trae el marketing digital?

Resultados medibles: Esta es la principal y más evidente ventaja que ofrece el marketing digital. Gracias a las múltiples herramientas analíticas, permite hacer un seguimiento más preciso del retorno de inversión (ROI) que el marketing tradicional.

Alcance global: Cuando nos referimos a alcance global queremos decir que, con internet, podemos llegar a personas de cualquier parte del mundo.

Inmediatez: Los medios digitales nos permiten ver los resultados de una campaña en tiempo real, de modo que podemos ajustar y optimizarla en la medida necesaria.

Fidelización: las redes sociales nos permiten generar lazos más fuertes con nuestros clientes, y construir una comunidad online más amplia de la que podríamos en el mundo offline.

Precisión en el target: Mientras que un anuncio de marketing tradicional se imprime a un gran público indiferenciado, en el marketing digital podemos dirigir anuncios a un público determinado, logrando así campañas mucho más eficientes

¿Para qué sirve el Marketing Digital?

El marketing digital sirve para acercar productos o servicios a posibles clientes en los medios digitales. Algunas ventajas del marketing digital (en contraposición al marketing tradicional) son: resultados medibles, alcance global, inmediatez y precisión en el target.

¿Qué es KPI?

Los KPI's son las siglas en inglés de la frase "Key Performance Indicator" o "Indicadores Clave de Desempeño", utilizados para monitorear y medir la eficacia de las acciones que realizamos en nuestra estrategia online. Su función principal consiste en permitir un seguimiento inteligente y analítico de las metas asociadas a los objetivos definidos por la marca.

¿Cuáles son los principales indicadores en el Marketing Digital o KPI's?

Los principales indicadores de marketing digital son: ROI (retorno de la inversión), CPA (costo por adquisición), CTR (tasa de clics), Alcance (orgánico y pago), tiempo de permanencia, tasa de rebote, seguidores/suscriptores y engagement. Los indicadores no son iguales para todos los verticales de negocios. Para ilustrar esto, veríamos que una organización sin fines de lucro mediría tiempo de lectura, cantidad de páginas por sesión y suscripciones, mientras que un e-commerce centraría sus KPI'S en facturación y ROI entre otros.

En el marketing digital se utilizan una enorme variedad de herramientas con el fin de optimizar las tareas en las distintas áreas involucradas en nuestra actividad. Enumeramos algunas de ellas divididas por área:

- **Analítica Web:** Google Analytics, Search Console, Majestic, Google Tag Manager, etc.
- **Paid Media:** Google Ads, MCC, Bing Ads, Facebook Ads, Twitter Ads, etc.
- **SEO:** Moz, OnCrawl, Screaming Frog, Yoast, Ahrefs, Semrush, etc.
- **Social Media:** Hootsuite, Later, Buffer, Bitly, All Hashtag, Storrito, etc
- **Email Marketing:** ClicExperts, MailChimp, etc.
- **Diseño:** Photoshop, GIPHY, GIMP, Canvas, Unsplash, etc.
- **IT:** Wordpress, WpBakery Page Builder, Notepad++, FileZilla.
- **Reporting:** Google Data Studio, Google Spreadsheets, Power Point, etc.
- **CRM:** Zoho, Salesforce, HubSpot, etc.
- **Herramientas colaborativas:** Asana, Trello, Jira, etc.

¿Cuál es la diferencia entre marketing digital y marketing tradicional?

El marketing tradicional tiene grandes limitaciones en cuanto a la segmentación del universo objetivo. También tiene enormes dificultades para la medición de impacto y retorno de inversión. El marketing digital por el contrario, centra su estrategia en la segmentación geográfica del público objetivo, intereses, edad, género, poder de compra. El marketing digital al día de hoy permite inclusive micro-segmentar al público por eventos, como por ejemplo: elecciones, cambio de empleo, cumpleaños, casamientos, nacimientos, mudanzas, etc.

El Marketing Digital es esencial para tu negocio. Conocer qué es, sus principales canales y sus ventajas te ayudarán a diseñar las mejores estrategias o a confiar en una agencia para que lleve todas las acciones relacionadas con el medio online.

El Marketing Digital (o Marketing Online) es un conjunto de técnicas de marketing que se ejecutan en medios y canales de Internet.

- ❖ Se trata de aprovechar al máximo los recursos y oportunidades online para potenciar un negocio o marca de manera eficiente.

Es decir, el Marketing Digital es un sistema para vender productos y servicios a un target específico que utiliza Internet mediante canales y herramientas online de forma estratégica y congruente con la estrategia general de Marketing de la empresa.

VENTAJAS DEL MARKETING DIGITAL PARA TU NEGOCIO

Como supongo que ya te habrás dado cuenta, el Marketing Digital tiene muchísimos beneficios que no tiene el marketing tradicional.

Es una apuesta segura para conseguir mayor crecimiento, mejorar el posicionamiento y ampliar la difusión de nuestra comunicación.

Vamos a ver las ventajas principales del Marketing Digital:

1. Es un medio universal

El marketing digital te permite llevar tu negocio a cualquier punto del planeta. Nunca antes la internacionalización de la empresa había sido tan sencilla y tan económica. Puedes posicionar tu marca y tus productos o servicios sin limitaciones geográficas ni temporales. No importa que presidas una gran corporación o tengas un pequeño negocio.

2. Es segmentable

Dispones de enormes posibilidades de segmentación del mercado para enfocar todos los esfuerzos al público objetivo al que quieres llegar (y no a un número muy elevado como ocurre con los medios tradicionales).

Una estrategia de marketing offline no tiene muchas posibilidades de segmentación. Aparte de algunas decisiones como elegir el canal de televisión o la emisora de radio y el horario de tu anuncio, no puedes hacer mucho más.

El marketing digital te permite dirigirte a personas de una edad determinada, con un nivel de estudios concreto, con unos hábitos de vida específicos y mucho más. La capacidad de segmentación del público objetivo es tal que puedes realizar campañas diferenciadas para cada perfil.

3. Es medible

Te proporciona control total sobre tus campañas en tiempo real. Si no funciona, puedes parar cualquier campaña sin tener que gastar todo el presupuesto destinado.

Piensa en tu última campaña en un medio tradicional. ¿A cuántas personas llegaste? ¿Cuántos leyeron tu anuncio? ¿Quién te contactó gracias a ese medio? Todas estas preguntas tienen difícil respuesta con las campañas de marketing tradicional.

Con el marketing online dispones de numerosas herramientas de analítica que te permiten medir el éxito de tus acciones con todo lujo de detalles. Por ejemplo, sabrás quién ha entrado en tu web, desde dónde ha llegado, qué secciones ha visitado y cuánto tiempo ha permanecido en tu sitio.

4. Es menos intrusivo

Seguro que recibes más de una llamada de telemarketing que te molesta porque interfiere en tu actividad. El marketing digital no es intrusivo porque los usuarios solo hacen clic en un anuncio o abren un email si les interesa. En caso contrario, basta con ignorarlo. Además, gracias a la segmentación la mayor parte de personas que vean tus campañas habrán buscado algo relacionado con tus productos o servicios por lo que las probabilidades de conversión son mayores. Y sin ser pesado.

5. Es interactivo

El Marketing Digital, especialmente si usas canales como las redes sociales, te permite crear una comunidad alrededor de tu marca. La comunicación es esencial para conocer a tus clientes y a tus seguidores. El social media marketing es una herramienta muy valiosa para saber qué opinan de ti y cómo mejorar tus productos o servicios.

Este feedback directo con el consumidor se extiende a tu departamento de atención al cliente, que será de gran calidad e instantáneo, con acceso a la marca las 24 horas del día.

6. Es más económico

Los costes son mucho más asequibles comparados con los canales del marketing tradicional. La gran variedad de canales y herramientas de marketing digital te permite elegir aquellas estrategias que mejor se adapten a tu presupuesto. Marketing de contenidos, de afiliados, inbound marketing, redes sociales, campañas de email o posicionamiento SEO son solo algunos ejemplos de estrategias que puedes utilizar para aumentar tu visibilidad y reputación en Internet.

Como ves, el Marketing Digital te permite llegar a tu público objetivo de manera más económica y sencilla. Dispone de canales, herramientas y recursos esenciales para mejorar la estrategia de comunicación de una marca.

FUENTES

<https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

<https://www.ttandem.com/blog/que-es-el-marketing-digital-y-cuales-son-sus-ventajas/>