

Marketing Digital, transformación en el proceso de perfilamiento de oportunidades.



Tenemos ya varios años que el internet se ha adoptado como una herramienta indispensable para nuestra vida diaria: ya sea para pedir alimentos, consultar horarios para asistir a algún evento o acercar distancias. ¡Nuestra vida ya no es la misma sin internet! En esta ocasión queremos volcarnos a una estrategia que genera conversaciones efectivas y métricas en tiempo real debido a las tendencias del mercado, el **Marketing Digital**.



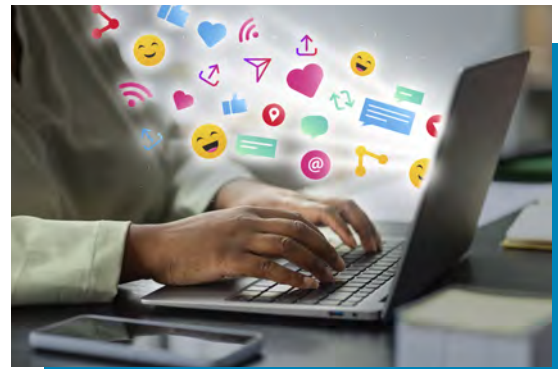
El ya mencionado **journey del consumidor** se ha traducido a una serie de clics para la obtención de información, evolución de precios o adquisición de un producto.

Tenemos en nuestras manos un cúmulo de información y acciones multicanales con el objetivo de posicionar a una empresa o servicio de una manera activa. Es un hecho que el 60% del proceso de compra ya fue realizado antes de que el consumidor entre en contacto con el vendedor.

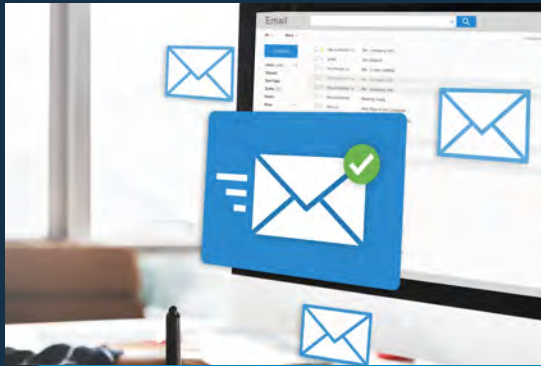
Como te imaginarás tenemos ante nuestros ojos un margen de acción bastante amplio y dinámico que nos compete a la hora de crear una **estrategia de generación de demanda digital** que representa un retorno de inversión seguro.

Marketing de Contenido

Este táctico principalmente lo encontraremos en una etapa temprana en el journey del consumidor, ya que su función es educar, informar o entretener a nuestros prospectos, de esta manera se crea valor a nuestra audiencia.



Email Marketing



Este táctico es económico, generalmente categoriza el envío de mensajes con el propósito de aumentar la relación de una empresa con sus clientes o prospectos.

Comúnmente, ese canal es percibido por los destinatarios como invasivo, pero, incluso así, su éxito está directamente relacionado al lenguaje y aspecto visual aplicado.

Además, ofrece un control específico de medición de interacción con el usuario.

Redes Sociales

La significativa presencia de usuarios en las redes, las ha convertido en un importante canal de comunicación entre las empresas y sus consumidores, tornándose como una herramienta poderosa de Marketing de Relación.

Este táctico de comunicación permite crear un perfilamiento previo que dirija la campaña a tu audiencia objetivo, con el objetivo de compartir ideas, gustos o intereses en función a tu negocio. Facilitando la obtención y madurez de oportunidades.



Optimización de Conversión

En esta práctica enfocamos los esfuerzos en la medición absoluta de interacciones de las oportunidades y optimización en la tasa de conversión de éstas, permitiendo entender mejor cuáles son los factores de mayor impacto para nuestros tomadores de decisión y madurez de prospección.



Marketing de Búsqueda

Tiene como objetivo determinar los privilegios o posicionamiento de un sitio web para aquellos que realizan una búsqueda en internet, esta iniciativa se encuentra en constante crecimiento y ha sido de gran importancia para la estrategia de marketing de millones de empresas en el mundo.

Ya que se puede realizar de manera orgánica derivada de las interacciones de nuestra audiencia o por inversión, esta última permitirá la calificación y perfilamiento integral de nuestro público objetivo.



Referencia de consulta: <https://www.forrester.com/research/demand-generation-and-abm/>