

RD+ INNOVATION LAB - 2022

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PASO A PASO

La importancia de contar con una buena estrategia de marketing digital cada vez es mayor. Todo ello ha surgido como consecuencia de la trepidante evolución de las nuevas tecnologías y de un mayor consumo de contenidos digitales por parte de los potenciales clientes de un negocio. Por tanto, podríamos decir que estamos sin duda ante una herramienta bastante útil para cumplir los objetivos marcados por cualquier organización.

El **marketing digital** es una actividad que consiste en la promoción de una marca en un entorno digital con la finalidad de que el máximo número posible de clientes puedan conocerla y fidelizarse a ella.

A diferencia del marketing tradicional, en el caso del marketing digital encontramos ventajas en el ámbito de la segmentación, coste, longevidad y medición. Así, con este tipo de marketing es posible llegar a un público más reducido, pero con un gran interés en el mensaje que queremos hacer llegar. Además, es más económico, genera un impacto longevo y es posible medir el rendimiento y los beneficios que reportan a la empresa.

En las siguientes líneas te contamos **cómo realizar una estrategia de marketing digital sólida y paso a paso**.

¿QUÉ ES UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL?

Es posible llegar al cliente potencial de numerosas formas a nivel digital: redes sociales, página web, creación de apps, blogs, motores de búsqueda, etc.

Por esta razón, es importante tener claro en todo momento cuáles son los canales que se van a utilizar y se van a intentar potenciar. Siempre es mejor centrarse en un área concreta antes que intentar abarcar muchos entornos digitales sin ser realmente punteros en ninguno de ellos. Para ello, resulta imprescindible contar con un buen plan de marketing digital. Sin embargo, ¿qué es realmente una estrategia de estas características?

Una **estrategia de marketing digital es un plan a seguir para promocionar una marca concreta en la red**. Tan importante es tener un equipo humano con capacidad para desarrollar una buena estrategia como contar con una hoja de ruta clara a seguir para optimizar los recursos con los que contamos y maximizar los beneficios que reporte nuestra planificación de marketing digital.

IMPORTANCIA DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LOS NEGOCIOS

Sin duda alguna, invertir en la creación de **estrategias de marketing digital** es una de las mejores acciones que cualquier empresa puede realizar, ya que el retorno suele ser bastante positivo en términos económicos y también en cuanto a la propia imagen de marca.

La importancia de estas estrategias reside, en primer lugar, en el **creciente consumo de los soportes digitales y en el auge de Internet**. Cada vez se compra más de forma online, se consultan más horas las redes sociales y se pasa más tiempo delante de las pantallas.

En definitiva, **las empresas están ante una oportunidad de oro** para hacerse ver en el mundo digital y llegar al cliente. Al mismo tiempo, si no se trabaja en este campo, es posible que los competidores nos adelanten y consigan clientes potenciales de nuestra empresa.

Las estrategias de marketing digital también son vitales, ya que **permiten dirigirse a un público generalmente interesado en aquello que ofreces** y en tu marca. Con la amplitud de canales que existen, es más sencillo conseguir que quienes vean tu anuncio sean personas interesadas en lo que ofreces y no un público que, aunque más amplio, también se muestre más desinteresado. Con ello, aumentará la probabilidad de conseguir más ventas y beneficios.

Y es que precisamente otra de las ventajas de una buena estrategia comercial de marketing digital es el **alto retorno** que genera una inversión en este campo. Inversión que, además, no tiene por qué ser especialmente elevada si se sabe gestionar bien.

Además, siempre está la opción de **modificar la estrategia** en caso de que algo no esté funcionando como debería, por lo que no estamos hablando de algo fijo e invariable. De hecho, debe estar en constante adaptación con los cambios que se producen en los entornos digitales. Y puedes conocer de primera mano cuál es el impacto que está generando la campaña que has lanzado.

¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL?

Como habrás podido comprobar, la implantación de un buen plan de marketing digital es fundamental para conseguir el éxito. Puede que te preguntes cómo se hace una estrategia de este tipo. Por ello, a modo de resumen, te mostramos a continuación cuáles son los **pasos para crear una estrategia de marketing digital**:

ANALIZAR LA SITUACIÓN DE PARTIDA

Es importante conocer la situación actual de nuestra organización: recursos disponibles, canales de comunicación, presencia en redes, visibilidad de la marca... En caso de que la empresa haya realizado alguna campaña de marketing en el pasado, sería conveniente analizar lo que se ha hecho bien y mal para tenerlo en cuenta de cara a la nueva estrategia. También debemos conocer las estrategias seguidas por la competencia y los casos de éxito para no alejarnos demasiado de ellos, así como sus debilidades para hacernos fuertes en esos puntos y diferenciarnos positivamente.

CONOCER EL PÚBLICO OBJETIVO AL QUE QUIERES DIRIGIRTE

Si queremos que la estrategia de marketing digital sea efectiva, para poder así optimizar los recursos con los que contamos, es fundamental dirigirse a una audiencia que pueda estar interesada en el producto, servicio o marca que se va a promocionar. Perderemos en el número de personas que verán tu anuncio, además de ganar mucho más en la calidad del usuario que va a consumir nuestras campañas y en la probabilidad de que estos se fidelicen con la marca.

ESTABLECER LAS METAS A ALCANZAR Y LOS CANALES QUE SE VAN A UTILIZAR

Una vez que hemos recopilado toda la información de nuestra empresa, de los competidores y del público al que queremos dirigirnos y sepamos donde pueden estar las mejores oportunidades, marcaremos los objetivos a cumplir y decidiremos los canales digitales que vamos a

utilizar (redes sociales, página web, correo electrónico...) para llegar a nuevos clientes. Se recomienda seguir un enfoque multicanal y que los objetivos se puedan medir con facilidad.

CREAR UNA HOJA DE RUTA

El siguiente paso es establecer un camino a seguir en el corto y en el largo plazo y planificar las acciones que se van a realizar, plasmándolo en un documento que contenga la estrategia con toda la planificación a seguir. Este debe ser conocido al detalle por todas las personas que van a encargarse de su implantación y puede estar sujeto a cambios.

ESTAR ATENTO A LAS NUEVAS OPORTUNIDADES DIGITALES

Implantada la estrategia, la variabilidad del entorno digital y la posible aparición de nuevas oportunidades deben ser factores tomados en consideración si queremos ser efectivos. Por ello, hay que intentar tener una planificación que no sea demasiado rígida y tratar de innovar constantemente para ser lo más creativos posibles.

CONTROLAR QUE LA ESTRATEGIA SE CUMPLE CON NORMALIDAD

Finalmente, tenemos que controlar que los objetivos marcados inicialmente se estén cumpliendo. De ahí la importancia de que estos puedan medirse fácilmente (ventas generadas, visualizaciones de un vídeo, tiempo de permanencia en una web...). Si algo falla, tenemos que ser ágiles para modificar la hoja de ruta lo antes posible.

LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING TENDENCIA

Hay muchos tipos de estrategias de marketing, con la tecnología en pleno auge, existen alternativas digitales muy interesantes como la inteligencia artificial, el uso de asistentes virtuales o el empleo del marketing interactivo. Estas son algunas de las tendencias en estrategias de marketing más recurrentes en la actualidad:

SEO

Una de las estrategias más eficaces desde hace bastantes años es el llamado SEO u **optimización para motores de búsqueda**. Es importante posicionar lo más arriba posible tu contenido en los distintos buscadores para hacerse ver y que el consumidor pueda conocer tu marca cuando esté buscando algún producto o servicio relacionado con la actividad de tu empresa.

MARKETING DE CONTENIDOS

Tan importante es posicionar tu sitio web o tus anuncios como que el contenido que después vaya a leer el cliente le aporte **información útil y relevante**. Por ello, el marketing de contenidos ha sido y es en el presente una estrategia con resultados positivos para la gran mayoría de negocios, ya que se ofrece un contenido de calidad que puede atraer a nuevos clientes y generar engagement.

VIDEO MARKETING Y TRANSMISIONES EN DIRECTO

Una estrategia más novedosa es la que ofrece el video marketing, que consiste en la elaboración de **vídeos de corta duración** y su posterior exposición generalmente en redes sociales, donde el impacto será más elevado. TikTok o Instagram Reels son dos grandes ejemplos de ello. Por otra parte, las **transmisiones en directo**, con un consumo en aumento, son otra gran alternativa para dar a conocer tu marca como es el caso de Twitch, Youtube o Facebook Live.

MARKETING DE INFLUENCERS Y REDES SOCIALES

Las **redes sociales** están llamadas a ser el gran escaparate para las marcas en el corto-medio plazo. Es fundamental en el día de hoy su presencia en ellas y contar con un contenido de calidad para dirigirse a potenciales clientes. Además, cada vez es más frecuente el llamado **marketing de influencers**, en el que personas con un número relativamente alto de seguidores promocionan una marca concreta y se sirven de su autoridad para influir a un grupo de personas a comprar un determinado producto o servicio.

REALIDAD AUMENTADA O REALIDAD VIRTUAL

Otra estrategia muy reciente es la que ofrece la realidad aumentada (AR) o realidad virtual (VR) creando **experiencias novedosas e interactivas** para el consumidor con la finalidad de promocionar una marca determinada. La realidad aumentada permite incorporar capas de elementos virtuales sobre escenarios reales mientras que la realidad virtual te adentra en un mundo aparentemente real a través de unas gafas de realidad virtual.

EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EFECTIVAS

Llegados a este punto, habrás podido comprobar la infinidad de planes de marketing digital que pueden seguirse y las ventajas de contar con una estrategia definida. Estos son algunos **ejemplos de estrategias de marketing digital** de éxito y con una alta efectividad:

Un primer ejemplo de estrategia exitosa es el de **Samsung**, que a través del e-mail marketing consigue mantener a sus clientes informados de todas las novedades y los incita a interactuar en sus redes con la marca. Otro buen ejemplo es el de **Red Bull**. Una de las claves de su éxito reside en la creación de contenido de calidad en redes como TikTok (video marketing) dirigido a clientes potenciales de sus productos.

Por su parte, empresas de moda online como **Shein** o **About You** son buenos modelos a seguir en el empleo del marketing con influencers, que utilizan para llegar a nuevos clientes. Estas empresas han entendido bastante bien dónde se encuentra su público objetivo y cuáles son los canales más adecuados para darse a conocer.

Un ejemplo final de éxito lo encontramos en el famoso contenido interactivo que constantemente ofrece **Spotify**, creando experiencias personalizadas y adaptadas a cada consumidor gracias al empleo del data. Además, permite compartir tus listas, canciones o tu resumen musical del año en otras redes sociales, aumentando así la visibilidad de la marca.