

Marketing Digital, cambio de era en la estrategia comercial



Nuestro entorno social y de comunicación está influido por internet y las nuevas tecnologías. Las estrategias de marketing deben adaptarse y ser conscientes de este cambio de era para ser más competitivas y productivas.

Entendemos el marketing digital como la aplicación de **estrategias comerciales** realizadas a través de los **medios digitales**. Se conoce también como el marketing interactivo, medible y dirigido, que se usa mediante tecnologías digitales con el objetivo de **generar prospectos** de clientes en consumidores.

Otro objetivo a destacar, es que nos ayuda a tener una mayor presencia de marca y de esta forma que sea más conocida además de incrementar las ventas.

El concepto de marketing digital se empezó a usar durante la década de los noventa, con la llegada de internet y con un enfoque principal hacia la publicidad directa con los clientes. A partir de los 2000 y 2010, con la llegada de las redes sociales y móviles este concepto se amplió, transformando el hacer publicidad hacia generar una experiencia que involucre a los usuarios cambiando la percepción del cliente hacia la marca y el entorno digital propiamente dicho.

Este hecho tuvo lugar cuando la web 1.0 (utilizada como escaparate) pasa a ser 2.0 (interacción con los visitantes, uso de redes sociales, audio, vídeo, etc). Actualmente ya estamos en un entorno 3.0 donde prima la gestión y uso de los datos, la adaptación al

cliente y los diferentes dispositivos y entornos digitales en los que nos encontramos.

El crecimiento del uso de internet así como la gran capacidad de acceso a los medios digitales por parte del consumidor con elementos como por ejemplo los smartphones, han sido sin lugar a dudas lo que hace indispensable el uso y desarrollo del marketing digital en nuestros gimnasios y centros deportivos.

La base de la estrategia de marketing digital constará en la creación de un **sitio web**, presencia en **redes sociales** y **campañas de SEM** (posicionamiento de pago en buscadores).

El marketing digital tiene muchos beneficios para nuestras empresas, destacamos los siguientes:

- Mejora la presencia y reputación de la marca.
- Permite una mejor y mayor comunicación con nuestras audiencias objetivo.
- Permite la captación de nuevos clientes.
- Ayuda a mantener los clientes que ya se tienen.
- Aumenta las ventas de servicios o productos.
- Favorece la competitividad entre empresa, grandes y pequeñas. (Los anuncios en internet o redes no dependen del tipo o tamaño de las empresas.
- Reduce los costes elevados de la publicidad tradicional.

Por todo lo descrito anteriormente las estrategias de marketing se han visto obligadas a evolucionar, adaptándose a la nueva realidad social y del mercado, influidas de forma determinante por internet y las nuevas tecnologías.

Estamos por tanto en un cambio de era, no en una era de cambios, una nueva era ya del presente que nos obliga a adoptar decisiones clave para poder ser más competitivos y posicionarnos en un entorno cada vez más saturado donde el cliente tiene una mayor capacidad de búsqueda, análisis y comparación.

A continuación, mostramos algunos ejemplos prácticos de cómo hemos pasado del marketing tradicional al marketing digital.

image

Image not found or type unknown

Para implementar la estrategia de marketing digital en nuestros centros y gimnasios disponemos de varios elementos que debemos conocer y utilizar. Todos ellos nos permitirán realizar las acciones necesarias para aprovechar los beneficios del marketing digital y alcanzar aquellos objetivos que nos propongamos. Mostramos a continuación un gráfico que recoge los diversos elementos así como una breve explicación.

image

Image not found or type unknown

Elementos del Marketing Digital

- **Sitio web:** con un diseño atractivo y estructura útil. Debe disponer de elementos que llamen a la acción como formularios, solicitud de sesión de prueba, ofertas, etc. Además debe incluir un blog donde se incluyan los contenidos. El marketing digital favorece la venta online de nuestros servicios o de terceros (e-commerce) y la interacción con el usuario web, finalmente permite la integración total entre clientes, proveedores y servicios.

type unknown

- **Gestión de contenidos:** tiene dos objetivos principales, por un lado obtener mayor tráfico a nuestra web y por otro mejorar el posicionamiento natural SEO. Para el desarrollo de contenidos utilizaremos el blog de la web, las Redes Sociales (posts, tuits, historias de éxito, recomendaciones...), newsletter, ebooks y multimedia como vídeos, infografías, podcasts.
- **Posicionamiento SEM:** con el objetivo de mejorar nuestra posición en los buscadores a través del pago de campañas publicitarias, principalmente Google Adwords.
- **Promoción y Publicidad:** presencia en blogs o influencers de referencia, foros y webs especializados así como social media, favorece el tráfico a nuestra web y posicionamiento.
- **Uso de las Redes Sociales:** con el objetivo de fortalecer nuestra marca, aumentar el alcance de visitantes y usuarios así como mejorar nuestra visibilidad. También podremos utilizar campañas de publicidad en los diversos medios sociales.
- **Analítica Digital:** análisis de nuestro alcance y engagement mediante el control de

estadísticas tanto en Google Analytics como en medios sociales.

El éxito del desarrollo y aplicación de todos estos elementos del marketing digital se basará en una buena planificación y toma de decisiones. Es fácil poder caer en el error de *hacer por hacer*, sin objetivos claros, sin tener en cuenta los públicos objetivos o sin tener en consideración el canal adecuado para cada mensaje.

Es por ello que será necesario seguir unos pasos para una correcta estrategia, planificada en el tiempo y con unos objetivos claros definidos ya sea para incrementar las ventas, para mejorar nuestra presencia de marca, o para generar un mayor contacto e interacción con nuestros clientes. Estos pasos a seguir se describen en el siguiente gráfico.

image

Image not found or type unknown

Finalmente, desde estas líneas animar a todas las empresas del sector, a que sean conscientes de este cambio de era en sus estrategias de marketing y que utilicen el marketing digital como herramienta eficaz de contacto e interacción con el cliente, de forma profesional y conscientes de su gran capacidad de resultados, pero siempre cuando se es gestionada de forma adecuada y coherente con su filosofía y misión.

Texto publicado en la edición Nro. 79 de la revista Mercado Fitness – Año 2016 – Noviembre / Diciembre.

Link to Original article: <https://www.manelvalcarce.com/blog/marketing-digital-cambio->

[de-era-en-la-estrategia-comercial?elem=90261](#)