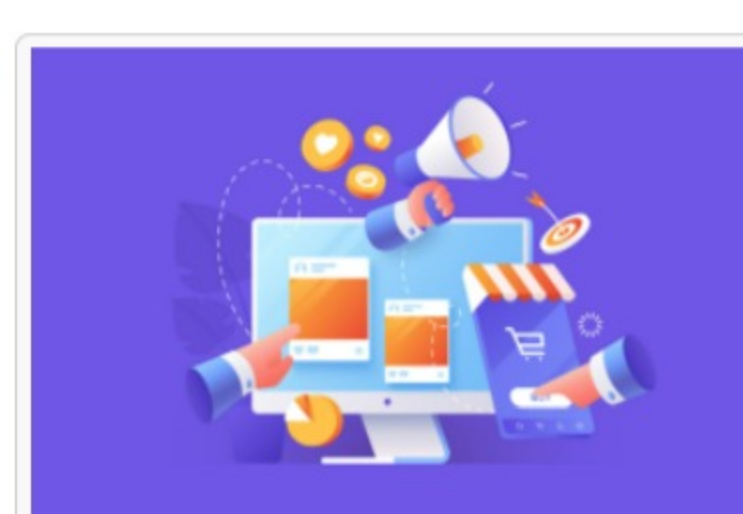


Tema 1. Contexto

Introducción

El contexto que se encuentra alrededor del Marketing Digital nos hace encontrar la evolución a través del tiempo de la misma mercadotecnia, a la cual se han sumado nuevos canales de comunicación, además de los ya conocidos análogos (televisión, radio, prensa, espectaculares), y nos han hecho reflexionar acerca de la presencia de nuestra marca y productos en las redes sociales. Sin embargo, ¿qué tanto conocimiento tenemos de las distintas redes sociales que existen?, ¿cómo saber en donde se encuentran nuestras oportunidades de aumentar nuestras ventas y posicionar nuestra marca? A lo largo de este tema explorarás el crecimiento de estas para encontrar nuestro camino hacia la exposición mediática y digital más adecuados a nuestro entorno.



Explicación

Evolución de mercadotecnia y mercadotecnia digital

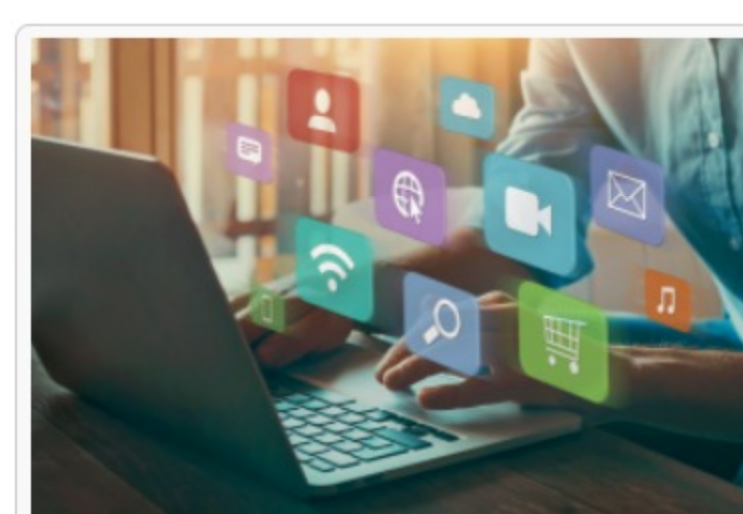
El excitante nuevo mundo de la mercadotecnia digital sobrepasa cada día más, convirtiéndose en una de las principales áreas de estudio para quienes desean hacer llegar un mensaje a un público específico. Es importante saber cómo las empresas pueden aprovechar el poder de esta revolución *online*, para conectar con una nueva ola de consumidores, quienes integran perfectamente esta tecnología en sus vidas diarias de formas que, apenas hace 10 años atrás, eran inimaginables.

Las **claves propias** del marketing 2.0 se basan en la comunicación y relación con el cliente, por esta razón el marketing 2.0 es un sistema de marketing que permite establecer una comunicación con el mercado, mediante el uso de Internet y permite ofrecer una retroalimentación medible.

Sin embargo, el marketing se sigue transformando con base en las nuevas demandas dinámicas del mercado, lo que pone el foco en asuntos más humanos, con el marketing digital (3.0), del cual parten las siguientes premisas: 1) hay que involucrar a los clientes en los productos; 2) ayudar al medio ambiente o a su entorno; 3) tener buenas prácticas en la tecnología; 4) conocer cómo nos ve nuestra competencia; 5) estar al tanto de las nuevas tendencias. Actualmente, los consumidores esperan de una marca mucho más que sólo un producto, buscan identificarse con sus valores, su propuesta de valor y su conciencia ambiental.

Pero esto no es todo, para ir un paso adelante es necesario enfocarse en el marketing (4.0). El cual toma en cuenta las predicciones de las actuaciones de los clientes, el marketing virtual, la realidad aumentada y, la evolución de la geolocalización, entre otros. Por ahora, sólo podemos tener una breve mirada, puesto tanto los conceptos como su aplicación está en pañales.

El Internet ha transformado la forma de hacer negocios desde el punto de vista administrativo (cotizaciones, muestrarios, cobros, pagos, facturación), así como desde el punto de vista operativo (logística de materiales, programación de producción, sistemas de calidad, registros de producción). Esto se debe a que permite una comunicación directa entre las empresas y el cliente, lo que hace posible un involucramiento mayor de este en el proceso de diseño, producción y distribución. Gracias a que el Internet se encuentre disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana facilita que el consumidor se mantenga informado y tenga al alcance los datos que requiera, además de poder aclarar cualquier duda o comentario por el mismo medio.



La mercadotecnia no se trata de tecnología, se trata de la gente. En ese sentido es similar a la mercadotecnia tradicional: se trata de las personas (especialistas en mercadotecnia) conectando con otras personas (clientes potenciales) para construir relaciones y, al final de cuentas, conducirlos a la venta.

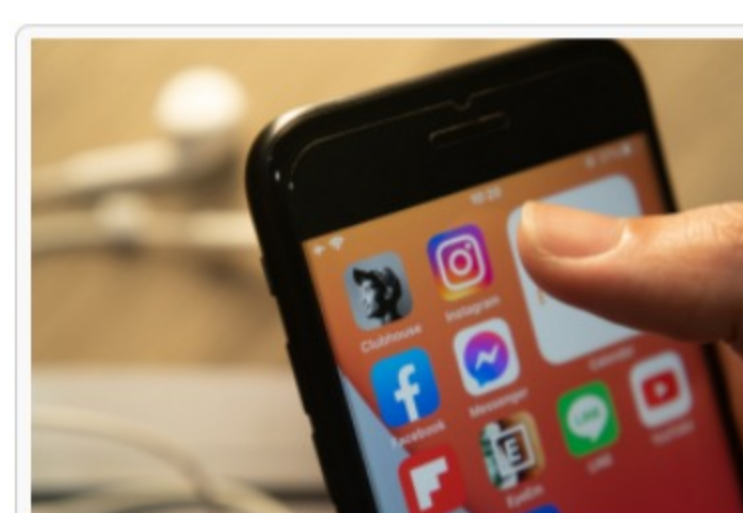
Importancia de tener presencia en redes sociales

Los clientes están ahí, son humanos que gustan de socializar y, en la actualidad, la mayor parte de la socialización se da a través de las redes sociales. De acuerdo con el estudio, de We Are Social, (2020) se estima que 3,484 billones de personas utilizan las **redes sociales**, esto representa 45 por ciento de la población mundial, más de 3 mil millones de potenciales clientes que buscan satisfacer sus necesidades.

Conocimiento de las distintas redes sociales que existen

¿Cuáles son las principales redes sociales que se usan en la actualidad? Según datos del portal Del Campo (2020), la **red social más utilizada**, continúa siendo Facebook, además, también es la que más interacción presenta. De la misma corporación META, es Instagram la que viene en segundo lugar, que, a pesar del embate de Tik Tok (3er lugar), es la red social con mayor crecimiento, sobre todo en la audiencia de menores de 23 años.

Otras redes de importancia como Twitter, YouTube y LinkedIn también revelan la importancia de la especialización del medio a utilizar como expositor de las estrategias digitales, no solo para la comunicación entre las personas, sino para el posicionamiento de las marcas



Oportunidad que existe en las distintas redes sociales

En el mismo estudio de Del Campo (2020), desvela que un 81% de los usuarios siguen a las distintas marcas y corporaciones en alguna red social y para un 27% genera confianza el que una marca tenga perfil en ellas. Si les preguntamos a los profesionales, **la mayor parte utiliza las social media para vender más y conseguir branding**. Facebook e Instagram, junto con Tik Tok, son las redes sociales más utilizadas que presentan los mayores datos de inversión publicitaria.



Contexto de landing pages, sitios web y otra terminología

Para tener buena estrategia de marketing digital es normal pensar algo que se llama *landing page*. La página de aterrizaje es un objetivo primordial para cualquier acción de marketing ya que para el cliente significa confianza y credibilidad antes de realizar cualquier acción representada en la misma.

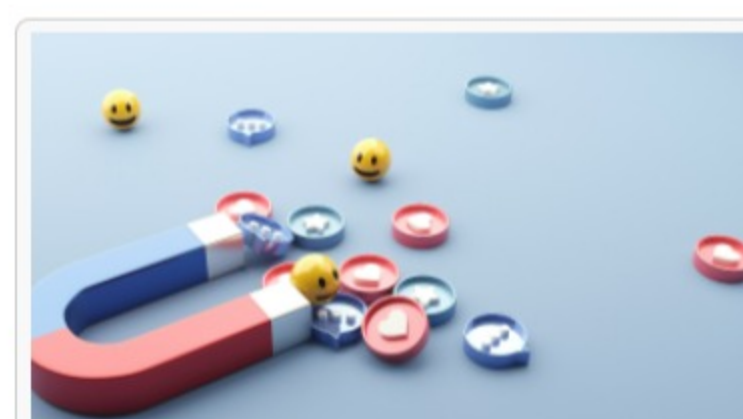
Ejemplos hay muchos desde, suscribirse a un *newsletter* con las últimas noticias y promociones de nuestro negocio, o ver la página de un producto donde se describan las características y funciones de este.

¿Qué es una landing page?

Según Acibeiro (2021), en la página especializada en la creación del sitio GoDaddy, una landing page (en español páginas de aterrizaje) es una página web diseñada específicamente para conseguir conversiones o que las visitas se transformen en *leads*.

¿Qué es un lead?

Los leads, según el sitio Red Station (2020), son aquellas personas que han dejado sus datos de contacto en un sitio web, a cambio de un material, representando así una oportunidad de negocio. La generación de leads es el comienzo de la estrategia de *Inbound Marketing*, con tácticas para atraer visitantes y convertir en clientes. Contactos o referidos que nos dejen sus datos para poder contactarlos y definir si pueden ser posibles clientes.



Cierre

Gracias a la integración de Internet y el comercio electrónico, las empresas han considerado estos medios como canales para la distribución de su producto o servicio para lograr ser más efectivos y tener mayores clientes y ganancias. No sólo basta con tener un sitio web, más bien, es integrar la plataforma a la empresa para generar mayores oportunidades de negocio.

Para sacarle provecho al poder de la mercadotecnia digital y llevar los negocios al camino del éxito, se requiere un entendimiento completo de tu mercado, cómo están usando la tecnología digital tus clientes y cómo los negocios pueden usar mejor esa misma tecnología para construir relaciones que tengan recompensas duraderas y mutuas.

Referencias bibliográficas

- Del Campo, A. (2020) *Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/#:~:text=%2C%20hobbies%2C%20etc.,%C2%BFcu%C3%A1ntos%20usuarios%20tienen%20las%20Redes%20Sociales%3F,ciento%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial>
- Fernandez J, We are Social, (2020) <https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial/>

Para saber más

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

Lecturas

- Acibeiro, M. (2021). *Qué es una landing page y cómo crear una página que convierta*. Recuperado de https://es.godaddy.com/blog/que-es-una-landing-page-y-como-crear-una-pagina-que-convierta/?gclid=Cj0KCQiAybaRBhDtARIsAIEG3kkDcpPIhKbXZL4p-TVCRwCj2pL-seK5pcTQRwVzsb98FYVPwYPVcsaApmYEAw_wcB
- RED STATION. (2020). *5 Estrategias para generar Leads en redes sociales que debes probar*. Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/blog/leads-en-redes-sociales/>

Checkpoints

Asegúrate de:

- Conocer la importancia de las diferentes herramientas del marketing digital.
- Identificar las principales redes sociales y conocer sus usos comerciales.
- Detallar el uso e importancia de la *landing page*.

"Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio".

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.