

# ¿CÓMO UTILIZAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES?



## EL MARKETING DIGITAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN

### ¿Qué es?

Marketing digital es la variante del marketing que se ocupa de aplicar las **estrategias de comercialización en los medios digitales**.

Hasta hace muy pocos años, hablábamos de estrategia de producto, de precios, etc. para un entorno analógico donde lo digital, internet, era sólo una herramienta de apoyo a la promoción. Pero en este momento, el **marketing digital ya tiene una connotación propia**, un lenguaje, soluciones y herramientas propias, para establecer relaciones con los clientes, vender y satisfacer necesidades del mercado.

### ¿Cómo se lleva a cabo?

Un plan de marketing digital se define a través de un proceso de **6 etapas** (según la metodología SOSTAC), al igual que los planes tradicionales, pero con enfoque en lo digital:

**Análisis de situación**

**Establecimiento de objetivos**

**Definición de la estrategia**

**Decisión y cuantificación de las tácticas del mix de marketing digital**

**Desarrollo del plan de acciones**

**Control de resultados**

Como en todas las nuevas disciplinas, la empresa puede aprender del proceso apoyándose en profesionales expertos.

## Consejos prácticos para la pyme

1)

El marketing internacional que la empresa debe aplicar es uno sólo; los medios -digitales, analógicos... pueden ser distintos, pero hay que mantener la coherencia general en un **solo plan de marketing**.

El marketing digital es un **campo nuevo y cambiante**. No se obsesione con una determinada red social o portal de contenidos o canal online.

**Defina** su cliente ideal (buyer persona)

**Analice** su comportamiento y su evolución digital

**Opere** en consecuencia

2)

3)

No esté en redes sociales por estar: una **posición digital** débil puede ser más dañina que la ausencia en redes. La actuación digital de la empresa, aparte de **activa**, debe estar **orientada hacia su segmento de clientes**, animando a relacionarse con la empresa, construir marca, aportar valor, y facilitando la compra de nuestra oferta.

A las 4 P's de marketing mix tradicional añadimos otras tres variables de que ocuparnos en los modelos de negocio digitales: **people, process y physical evidence**. Hay nuevas métricas y nuevos instrumentos, etc. **La integración de todas las variables** nos conduce a un *plan de marketing digital*.

4)

5)

Utilice los **marketplaces** como herramientas de **promoción** y de **posicionamiento** en un sector y en un nuevo país. Los marketplaces, si bien tienen costes asociados y requieren inversión en posicionamiento, nos pueden facilitar la obtención de **información** sobre nuestro producto y el de nuestra competencia en un país, nos pueden permitir ser **localizados** por potenciales compradores o distribuidores de nuestros productos, y nos pueden ayudar a **testear** nuestros productos en un mercado nuevo con unos costes más razonables.

Los marketplaces, sobre todo los B2B, funcionan como grandes ferias internacionales online, y son muy interesantes para la búsqueda de distribuidores, pero debemos **cuidar nuestra presencia** de manera análoga a como lo hacemos en las ferias, ya que estamos de **exposición permanente**.

6)