



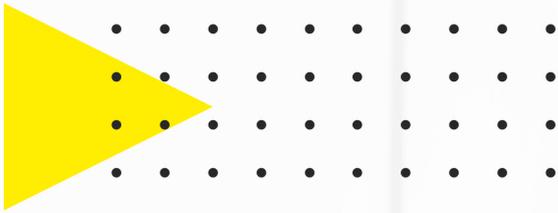
**Estrategias de
marketing y
comunicación
digital en el**



**20
20**



www.o3.cl



La comunicación digital se ha ido desarrollando al mismo paso que las nuevas tecnologías, es importante involucrarlas como herramientas necesarias para profesionalizar las funciones que cumpliremos en marketing y comunicación, con el objetivo de optimizar los procesos.

Los grandes avances tecnológicos que se han aplicado en las redes sociales, la mejor conectividad y smartphones, el nacimiento de nuevos formatos o la evolución de algoritmos han llevado a las marcas a tener una mayor presencia en todas la plataformas pero se han olvidado de crear contenido creativo y estratégico, dejando de lado las nuevas ideas, los mensajes o los storytellings.

Es así como las marcas han descuidado el foco estratégico de las acciones y los contenidos, olvidando enlazar los objetivos de marketing y comunicación, con los objetivos de negocio.

Por esta razón es importante tratar las nuevas formas de crear contenido, modificar las inversiones publicitarias o como nuestros objetivos van a impactar la comunicación.

Aplicando la automatización del marketing, análisis y estudio del entorno y el contexto social y resolver dudas y problemas mediante CRM.

Automatización del marketing:

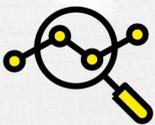


La automatización del marketing es un proceso que se usa para realizar tareas específicas, utilizando diversos software informáticos para automatizar aquellas tareas que son repetitivas y rutinarias, como envío de mails, crear listas de usuarios, respuestas en redes sociales y otros procesos en la web.

Esto permite alcanzar los objetivos y las ventas con mayor rapidez y fluidez, también la administración mejora la productividad, segmenta clientes, reduce costos, optimiza recursos y análisis y conversión en tiempo real.

Análisis del entorno:

A la hora de diseñar un plan de marketing es necesaria estudiar todas las variables, factores e indicadores que rodean a nuestra marca.

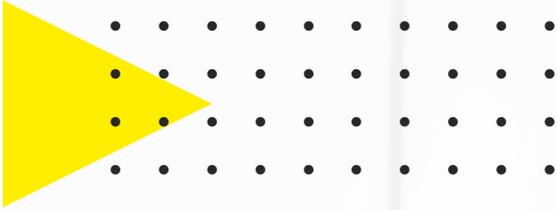


Es un trabajo sencillo pero laborioso, pero debemos entender que contexto se está desarrollando en torno a nuestra actividad, es por ello que debemos considerar:

Situación económica y social, de la ciudad y país, datos demográficos, el entorno on line, factores políticos, tecnológicos y ambientales.

Recopilar estos datos debe ser mediante noticias, informes anuales económicos, sociales, demográficos y tendencias.





CRM

Es una herramienta que permite construir relaciones con los clientes, ofreciendo productos y servicios adaptados a sus necesidades y el marketing relacional, que nos ayudará a fidelizar a los usuarios.



Módulo de ventas; permite tener un control y seguimiento de los objetivos, posibilitando el personalizar los informes periódicos que quedan registrados en las metas de ventas.

Módulo de servicios; instalar un servicio de atención al cliente rápido y eficaz.

Módulo de marketing; permite servicios de email marketing y marketing social, que son los más importantes y eficaces de la lista.

