

Funcionamiento del Marketing Digital en la Nueva Era

**Manuel Alejandro
Zavala Verdugo.**

Mexicano. Licenciado en Diseñador Gráfico Digital.
zavala3129@universidadmundial.edu.mx.

El marketing es el conjunto de técnicas y estrategias a través de las cuales, se logra la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los clientes y los consumidores. El impacto de los años, el mundo digital, el internet, las redes sociales y tecnología provocaron la evolución del marketing hacia el marketing digital, el cual es el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario. El marketing estratégico, es el intercambio entre varias partes, de forma que se produzca un beneficio mutuo, casi siempre económico. Actualmente se centra en las necesidades y deseos del consumidor. El arte del marketing no es saber vender, sino entender al público objetivo y ofrecer lo que requiere en el momento que lo necesita. Hoy en día ya no es una comunicación en un solo sentido, ya no es unilateral, sino que debe haber canales bidireccionales. El cliente está presente en todas las estrategias de marketing y debe tener la libertad de expresar sus ideas y opiniones. Una de las ventajas es la disposición de información, esto es porque tanto los clientes como los diferentes usuarios que existan, pueden realizar movimientos las 24 horas del día, en cualquier lugar. Asimismo, el marketing digital es versátil, esto debido a que todos los usuarios observan las publicaciones, a través de cualquier tipo de dispositivo o aparato electrónico.

Estos conceptos nos ayudarán a analizar y comprender el funcionamiento del marketing en esta nueva era del paso a la digitalización, el internet, las redes sociales y la tecnología.

En el presente trabajo se realiza un análisis del funcionamiento del marketing digital, es decir, de qué trata y cuál es su objetivo. Asimismo, su definición, ¿Qué es el marketing digital?, y finalmente, cómo tener un buen resultado, al aplicar todas sus herramientas y los conocimientos que nos brinda a través de su metodología y tácticas.

Se analizarán las características, ventajas y desventajas del marketing digital y cómo estas impactan

al mundo actual, a la economía, al mundo comercial y a los emprendimientos.

Con el objetivo de aprender sobre todo lo que hay detrás del Marketing Digital, investigar cómo nos puede ayudar esta herramienta para impulsar nuestros emprendimientos, negocios, marcas, productos y servicios. Al igual que comprender todo lo que este ámbito nos ofrece y ponerlo en práctica, ya que está lleno de estrategias adaptadas al comercio en la era actual.

Antes de comenzar a analizar el contenido, podemos contextualizar con uno de los principales cuestionamientos, ¿Qué es el marketing?... Es el conjunto de técnicas y estrategias que deben aplicarse, a través de las cuales, se logra la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los clientes y los consumidores. Como forma de negocio, tiene por obligación lograr valor para los empresarios (socios o accionistas) y forma parte inherente de la estrategia de la empresa. Pero también, tiene el objetivo de valorar a los clientes y consumidores. Más adelante se desplazará su relación y su transformación al mundo online, sus características y que ventajas y desventajas debemos tomar en cuenta a la hora de la práctica del marketing digital.

El marketing es una herramienta propia de las economías de mercado, si bien la filosofía inherente al marketing puede ir más allá del mercado y tiene su aplicación en muchas otras actividades de las sociedades humanas.

Ahora bien, pasando al lado digital del marketing, podemos entender que el “Marketing Digital” es el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario.

Pero, ¿qué significa online y qué significa conversión? En la web se utilizan dos términos muy comunes, que seguramente vas a encontrar de ahora en adelante: online y offline. Online quiere decir en línea y se refiere a todo lo que ocurre con internet,

dentro de la web. Las interacciones de las personas en redes sociales, la navegación en sitios web, las compras en línea, los juegos en tiempo real, todas estas son actividades online. En el mundo real, en el mundo de afuera, en el que comes, respiras, estás en el mundo offline. Por otra parte, conversión, es el proceso por el que se logra que un usuario que visita un sitio web realice la acción que tú deseas, por ejemplo, comprar un producto, suscribirse a un boletín o enviar una información de contacto.

Ahora bien, hablemos un poco de las características del marketing en general, para posteriormente entenderlo desde el punto de vista digital. El marketing estratégico, es el intercambio entre varias partes, de forma que se produzca un beneficio mutuo, casi siempre económico. En un intercambio siempre hay un mínimo de dos partes, aunque pueden intervenir más partes en el proceso. Hay marketing cuando la gente decide satisfacer necesidades y deseos mediante intercambio. El intercambio es el acto de obtener de alguien un objeto deseado mediante el ofrecimiento de algo a cambio. Las personas pueden concentrarse en hacer las cosas que hacen bien e intercambiarlas por cosas necesarias hechas por otras. El intercambio es la característica central del marketing. El marketing consiste en acciones que se realizan para obtener una respuesta deseada de un público, hacia algún producto o servicio.

La siguiente característica que me pareció muy importante es... "añadir un valor en marketing, es lo que hace que un cliente elija un producto, antes que otro. Debe haber un valor añadido en el proceso del marketing. El consumidor busca cubrir una necesidad o un deseo, porque siempre se le promete algo con un valor añadido" (Rodríguez, 2020). Otra característica del marketing es que las dos partes deben estar de acuerdo. Por ejemplo, la empresa de acuerdo al precio y el cliente de acuerdo a adaptarse a la demanda del mercado. El marketing ya no es una comunicación en un solo sentido, ya no es unilateral, sino que debe haber canales bi-

direccionales. El cliente está presente en todas las estrategias de marketing y debe tener la libertad de expresar sus ideas y opiniones, éstas deben ser respondidas y tenidas en cuenta, a la hora de tomar decisiones para las estrategias.

El marketing actual se centra en las necesidades y deseos del consumidor. Ya no se trata de impactarle con publicidad tradicional, sino de escucharle y adaptarse a lo que demanda.

El departamento de marketing y el departamento de ventas, deben trabajar de la mano, porque sin marketing no se generan mejores ventas y sin ventas no podemos saber cuáles son las verdaderas necesidades de nuestro mercado.

El arte del marketing no es saber vender, sino entender al público objetivo y ofrecerle lo que necesita en el momento que lo necesita, en el lapso correcto del proceso de compra en el que se encuentre. Se dice que el buen marketing es aquel que realmente no parece marketing y no nos da la sensación de que nos estén vendiendo algo.

Por último, otro punto importante a considerar en el funcionamiento del marketing digital, son las ventajas y desventajas que su práctica nos trae. Una de las mejoras es la disposición de información, esto es porque tanto los clientes como los diferentes usuarios que existan, pueden realizar sus consultas las 24 horas del día. Esto para saber sobre cualquier producto o servicio de su interés, e inclusive optar por realizar la compra de manera online. Para ti y ellos es bueno, ellos tienen facilidad de compra e información y tú no tienes que esforzarte mucho, vendes más y atiendes mejor. Otra ventaja del marketing digital es que es versátil, esto debido a que todos los usuarios pueden observar las publicaciones a través de cualquier tipo de dispositivo o aparato electrónico. Bien sea por medio de la televisión, redes sociales, Smartphone, entre muchos otros.

El marketing digital impulsa a las empresas a expandirse, juega un papel fundamental en cuanto al reconocimiento de una empresa y su expansión en el mercado. Y no sólo a nivel nacional, sino que también puede servir a nivel internacional. Logrando así una gran oportunidad de crecimiento.

Como conclusión, podemos entender que el marketing digital es un ámbito presente en los aspectos más importantes de nuestra vida cotidiana, como lo es el ambiente laboral y profesional, los emprendimientos, el ámbito comercial y la economía.

Comprendimos que el marketing avanzó a nuestra nueva era, y pasó a ser el marketing digital, este cambio debido a la masiva creación y empoderamiento que las redes sociales, los medios electrónicos, etc., tomaron en las últimas dos décadas.

El marketing digital cuenta con sus características, ventajas y desventajas. Es indispensable conocer y estudiar estos conceptos pues son las bases que nos dirán cómo y porqué aplicar el marketing digital, pero sobre todo entenderlo, que es el principal propósito de este ensayo. Sus características, bidireccionales, estratégico, empático, etc., son lo que lo hace un arte de vender y satisfacer necesidades en el mundo comercial. Esto nos encamina a analizar cómo es que esta herramienta funciona en nuestro mundo.

Saber aplicar estos conocimientos nos ayudará a desarrollarnos como emprendedores, nos ayudará a examinar a nuestro público objetivo para conocer sus necesidades y preferencias, saber qué ofrecerles y venderles.

Referencias bibliográficas

ARIAS, Á. (2015). *Las Nuevas Tecnologías y el Marketing Digital: 2º Edición*. IT Campus Academy.

SELMAN, H. (2017). *Marketing digital*. Ed. Ibukku, págs. 532.

BRUNO, Carlos, T. y Paricio Esteban, P. (2013). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 3(5), 149-170. Recuperado de <<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/179>> (consulta: 19 de septiembre de 2017).
BEL, Mallén, J. I. (coord.) (2004). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Navarra: Fundación COSO y EUNSA.

CAMPILLO Alhama, C. (2011). Investigación en comunicación: estudios y aportaciones académicas. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, (117E), 1.035-1.048. Recuperado de <<http://vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/107>> (consulta: 17 de septiembre de 2017).

CAPRIOTTI Peri, P. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de identidad corporativa*. Santiago de Chile: Colección de Libros de la Empresa.

CASADO, Molina, A. M.^a, Méndiz Noguero, A. y Peláez Sánchez, J. I. (2013). The Evolution of Dircom: from Communication Manager to Reputation Strategist. *Communication & Society*, 26(1), 47-66. Recuperado de <<http://dadun.unav.edu/handle/10171/35431>> (consulta: 15 de octubre de 2017).

RODRÍGUEZ, Toñi. (26 de octubre de 2020). Características del marketing: ¿cuáles son las principales? <https://www.vatoel.com/caracteristicas-del-marketing/#caracteristicas-del-marketing>.
POLO, David. (21 de marzo de 2018). Ventajas y desventajas del Marketing Digital – ¿Las conoces? <https://www.emprender-facil.com/ventajas-y-desventajas-del-marketing-digital/>