Mercadeo DIGITAL

El viaje del cliente moderno es complejo…

No es muy difícil reconocer cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han cambiado nuestras vidas, generando nuevos hábitos de comunicación y de consumo en nuestra vida cotidiana, tanto personal como laboral. ¡Imagínese un día sin Internet!

Con los cambios, también surgen nuevos retos para generar comunicación en los nuevos entornos virtuales, tanto para individuos como para las empresas y organizaciones que desean tener un contacto más estrecho con sus públicos.

Actualmente, y de acuerdo con datos reportados por Google para el mercado norteamericano durante el 2014, más del 90% de los consumidores utilizan servicios en línea durante su proceso de compra de productos y servicios, aún si la compra final no se lleva a cabo en línea.

Eso significa que hoy más que nunca es importante contar con una presencia web completa, desde la cual se brinde el contenido y espacios de interacción necesarios para facilitar la adquisición de productos y servicios, y simultáneamente se capture información sobre las características y comportamientos de las audiencias que forman parte del segmento de mercado de interés para el negocio.

Contar con una adecuada presencia web puede ayudar a facilitar la ubicación de su establecimiento u oficinas a clientes y usuarios potenciales, mostrar sus datos de contacto y horarios de atención, educar a los visitantes sobre sus productos o servicios, brindar testimonios de clientes para establecer la credibilidad de su negocio, brindar información oportuna sobre ofertas y promociones.

El mercadeo digital, una de esas profesiones que nacen de la mano con las nuevas tecnologías, representa una de las más cambiantes y dinámicas profesiones de dicho ecosistema. Por ejemplo, la consultora norteamericana Forrester Research ha estimado que para el 2016 las empresas en Estados Unidos invertirán $77 miles de millones de dólares que serán gastados en mercadeo digital (interactivo) en Estados Unidos, por lo que llegará a igualar el gasto típico en televisión.

Mediante el dominio de las técnicas de mercadeo digital usted puede promover o mercadear sus productos o servicios usando canales digitales dirigidos a consumidores y negocios de una forma muy dirigida y haciendo un uso óptimo de su presupuesto.

La capacidad de integrar, diseñar y desarrollar estrategias que partan desde lo on-line hasta la esfera real del mercadeo, es parte de los retos y aprendizajes a los que un profesional en mercadeo digital deberá de enfrentarse.

Costa Rica enfrenta un panorama muy dinámico y de rápido crecimiento en el área de mercadeo digital, ante lo cual el personal calificado y certificado marca la diferencia para aquellas empresas que desean afrontar el reto y distingue a los profesionales durante los procesos de reclutamiento en el área de mercadeo.

Un mercadólogo con énfasis en lo digital entiende las claves clásicas sobre el mercado, pero además, sus habilidades suelen ser interdisciplinarias, al combinar conocimientos en comunicación colectiva, diseño gráfico e informática, por citar el trinomio básico, lo cual le permite tener un panorama más integral del contexto digital.

En sus labores cotidianas se encuentra la planificación estratégica y la toma de decisiones basadas en el análisis de la información recopilada desde los distintos canales digitales; el diseño, creación y pauta de campañas en medios digitales; la administración y la creación de contenidos para comunidades digitales; la definición de indicadores de rendimiento y las tácticas para mejorar su desempeño; la dirección de equipos multidisciplinarios para alcanzar un objetivo común: facilitar que su negocio sea visible y pueda ser encontrado ("encontrabilidad") y optimizar la experiencia de usuario para convertir al visitante en un cliente.

Actualmente Universidad Cenfotec posee una oferta de certificación y actualización profesional en mercadeo digital a través del Digital Marketing Institute de Irlanda, institución pionera en Europa y que en conjunto con Google y Facebook se encarga de evaluar y promover la capacitación profesional en el área. Se espera pronto contar, gracias a dicha alianza, con un programa de postgrado en mercadeo digital.

Además la Universidad ofrece, en su oferta de actualización profesional, cursos introductorios al mercadeo digital, los cuales pueden ser orientados a individuos separados o a grupos de una empresa, para promover la capacitación continua en el tema, desde la reflexión teórica y práctica de las herramientas que ofrece este enfoque del mercadeo.

Crédito: **Jay Soriano**, **http://sorianomedia.com/infographic-digital-marketing/**

Agradecimiento

Jorge Umaña-Castillo es Productor multimedia graduado de la Universidad de Costa Rica, se desempeña como Consultor en Comunicación Digital en neoAV y además, es docente de comunicación digital en la Universidad Cenfotec y el Digital Marketing Institute, Irlanda.

Carlos Pravia es máster en Ingeniería del software graduado de la Universidad Politécnica de Valencia e Ingeniero en Computación del TEC, se desempeña como Director de servicios digitales en MiWeb y como docente de talleres de Google Analytics para la Universidad Cenfotec y el Digital Marketing Institute, Irlanda.

universidad cenfotec tecnologías digitales