

Claves para establecer una campaña de marketing online (Prisma Comunicación)

“Pese a todos los indicadores que señalan la importancia del marketing online, sin embargo, éste es un mercado que aún no ha llegado a la madurez”.

La proliferación del uso de internet en los hogares, la importancia cada vez mayor de las redes sociales –solo Facebook cuenta con 250 millones de usuarios activos a nivel mundial-, el acceso cada vez mayor a contenidos audiovisuales a través de la red, etc., están cambiando los hábitos de consumo y de entretenimiento de las personas. Las empresas, por otro lado, intentan adaptarse a estos cambios y están mostrando un mayor interés hacia el mundo online como forma de llegar a sus clientes. Según los últimos estudios, más de un tercio del presupuesto de marketing de las empresas irá destinado a acciones de marketing online.

“Pese a todos los indicadores que señalan la importancia del marketing online, sin embargo, éste es un mercado que aún no ha llegado a la madurez”, comenta Miguel Ángel Gago, director de Marketing de ActionsDATA, empresa especializada en servicios de Marketing. “Hay varios motivos: hay un retraso en la implantación de sistemas eficaces de publicidad online, las políticas de precios no están totalmente definidas y además la publicidad online se ve como una adaptación de la publicidad tradicional, sin tener en cuenta que hablamos de un medio completamente distinto y que ofrece muchísimas posibilidades de innovación en los formatos”.

Miguel Ángel Gago señala algunas claves a tener en cuenta a la hora de establecer una buena campaña de Marketing Online:

- 1. Identifica a quién quieres llegar.** Según el grupo de edad o las características socioeconómicas, por ejemplo, habrá medios y herramientas online que deberás utilizar con preferencia sobre otras.
- 2. Establece la imagen que quieres dar de tu compañía.** A partir de ahí podrás elegir el contenido de la campaña y adaptar el mensaje al medio online.
- 3. Haz contenidos atractivos:** una de las claves para que una campaña de marketing online sea efectiva es que entretenga. Si una campaña es divertida, no sólo atraerá la atención de los usuarios, sino que, gracias a los propios usuarios, podrá llegar a mucha más gente.
- 4. Utiliza los nuevos formatos.** Los nuevos medios y contenidos de entretenimiento online (videos en canales como Youtube o cadenas de televisión que ofrecen su programación también en Internet) ofrecen posibilidades interesantes para llegar al público. Investiga y evalúa los nuevos formatos que te ofrecen, ya que la innovación es básica en los medios online.

5. Ten en cuenta las redes sociales: El marketing online debe contemplar las redes sociales como un soporte nuevo de conversación con los clientes y con los posibles clientes. Ofrecen dos grandes ventajas: por un lado permiten mantener a las empresas un canal abierto de comunicación directa con sus clientes, algo fundamental para llegar a conocer sus necesidades reales y responder de forma adecuada. Por otro lado, dan la posibilidad de segmentar los mensajes siguiendo las preferencias de los diferentes target diferenciados en las redes sociales.

6. Utiliza las herramientas adecuadas: Las empresas en general deben evaluar el mundo on-line como un ámbito clave en su política de marketing, pero utilizando herramientas que les permitan, por ejemplo, redirigir tráfico a zonas de alto rendimiento. Un partner especializado en este campo, que cuente además con las herramientas adecuadas, será una ayuda inestimable y un aliado clave, ya que aportará un conocimiento adecuado de la elasticidad de cada mercado.

7. Da importancia a los datos: Los datos siguen siendo el fluido vital de cualquier campaña de marketing online, además de ser clave en el desarrollo eficaz de la estrategia de targeting y la política de ventas. Son necesarios tanto para la segmentación como para comprobar la eficacia de cada campaña. Por esta razón es imprescindible mantener actualizados e ir mejorando los repositorios de datos para que las herramientas de CRM que se pongan en marcha puedan ser efectivas.

8. Utiliza sistemas de medición efectivos: Para asegurar la continuidad y la bilateralidad en las comunicaciones hay que utilizar sistemas de medición de comportamiento. Estos sistemas además permitirán evaluar el éxito de la campaña online y aprender de la misma de cara al futuro.

PRISMA Comunicación