

## ¿Cómo crear un plan de marketing digital? (por Alejandra Clavería)

Fuente: americaeconomía

En conversación con AméricaEconomía.com, el profesor del IE y autor del libro "El plan de marketing digital", Manuel A.Coto, revela un nuevo concepto que combina las ideas de los marketing tradicional y digital.



Manuel Alonso Coto

Sin duda alguna, el desarrollo de la era digital ha obligado cada vez a más personas a conocer y utilizar nuevas herramientas tecnológicas, a fin de lograr una comunicación instantánea y eficaz con el resto de los individuos. En este nuevo escenario, Internet se ha transformado en una carretera de información prácticamente imprescindible para las nuevas sociedades al momento de mantenerse interconectadas entre sí.

El panorama también ha significado un gran desafío para las empresas a la hora de implementar nuevas estrategias de marketing y de determinar si es más rentable centrar los esfuerzos en mantener campañas publicitarias en medios tradicionales o volcarse de lleno a los canales digitales.

A partir de esta idea, nace el concepto de "Blended Marketing", el cual se explica en profundidad en el libro "El plan de marketing digital", escrito por el académico del IE Business School de España, Manuel Alonso Coto.

La definición apunta a un uso combinado de herramientas, tanto online como offline, e integra las nuevas posibilidades del marketing digital con los formatos y medios tradicionales.

"El marketing tradicional y el marketing digital no deben plantearse como dos corrientes que deban luchar entre sí, sino todo lo contrario, deben ser complementarias entre ellas", explicó al autor a AméricaEconomía.com.

Según Coto, no se trata de establecer un nuevo tipo de marketing, sino de complementar los objetivos de cada uno a fin de realizar campañas publicitarias verdaderamente eficientes.

"Ya que las campañas dependerán de qué sea tu producto y quien sea tu mercado, la mejor forma de hacer publicidad es que las empresas desarrollen un plan digital de marketing y que permita, de una forma estratégica, encajar las campañas tradicionales con estas nuevas acciones digitales", sostuvo.

Para el autor, es improbable que en la próxima década se prescindiera del marketing tradicional, debido, principalmente, a que "hay un tema del tacto, de que tú quieres tocar el papel, de que cansa al final leer más en pantalla que en papel". De ahí la idea de aunar y potenciar en conjunto ambos conceptos.

"Existen medios tradicionales que aún les queda muchísimo para ser digitalizados con lo cual, en un horizonte de corto o medio plazo, la publicidad digital irá creciendo y siendo cada vez más importante pero será lo que es hoy, algo de lo que no puedes prescindir y algo, que excepto para los segmentos de menos de 18 años, por si sólo no funciona", manifestó.

En ese sentido, agregó que "un producto para menores de 18 años debería llevar quizá un 80% o 90% de digital y un 20 o 10% de tradicional, y al revés, un producto para personas de más de 50 años, debería llevar un 80% o 90% de tradicional y un 20% o 10% de digital. Claramente para los más jovencitos lo fuerte es el digital y para los más veteranos, lo fuerte es el tradicional".

Ventajas del marketing digital. En su obra, el autor establece además que la principal ventaja que tiene el marketing digital por sobre el tradicional, es el hecho de que permite realizar una segmentación mucho más fina del mercado al cual se quiere llegar, lo que ayudaría a abaratar sus costos.

"En medios digitales no disparas al aire como disparas con los medios tradicionales, porque obviamente tienes unos indicadores de quien ve la televisión y a qué hora la ve. Eres capaz de segmentar mucho más qué es lo que te está funcionando y qué no te está funcionando y tomar decisiones en tiempo real, para ir evaluando como va el número de visitantes y ver si te conviene desplazar esa inversión de una a otra campaña digital", expresó.

"El plan de marketing digital" está dirigido al mundo de la publicidad y el marketing en general, y específicamente a los interesados en las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.