

Marketing social, al servicio de la sociedad

El marketing social no es sino el marketing aplicado a la responsabilidad social. Un marketing cuyo objetivo es sensibilizar sobre causas solidarias, promover eventos y campañas para recaudar fondos o promover la llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSO). Todo de la mano de los profesionales de una empresa especializada en asesoría de imagen

El marketing es una disciplina no sólo centrada en ayudar a vender a las empresas, sino también en mejorar la sociedad y promover valores solidarios. Este 2017 está siendo un año con grandes novedades en este campo. El street marketing y su impacto en la difusión de causas solidarias cobran cada vez más importancia y están más presentes en el paisaje urbano. Sensibilizar es incrementar el nivel de empatía entre los espectadores potenciales y conectar con ellos a través de acciones a pie de calle lideradas por empresas especialistas como Grupo Pilar Maura. El street marketing se ha convertido en un gran aliado para las ONG. Uno de los ingredientes principales es la imaginación para lograr impactar y conseguir notoriedad entre el público objetivo. Acciones que se pueden implementar a través de los diversos canales digitales. De hecho, la integración de canales on y off es algo básico para las acciones de marketing.

Además del street marketing, cualquier experto en asesoría de imagen sabe que el storytelling es importante para comunicarse en medios digitales. Es una herramienta comunicativa muy eficaz que trata de acercar al espectador a una realidad lejana. Lo hace conectando con las emociones a través de la comunicación. Podría decirse que es algo a medio camino entre la comunicación emocional y la comunicación persuasiva.

En 2017 sigue quedando claro que la digitalización es condición sine qua non para que una empresa se comunique con sus potenciales clientes o, en este caso, donantes. En este sentido, hay varias cuestiones fundamentales. Por ejemplo, contar con páginas web optimizadas, con profesionales que las gestionen y que se ocupen de la optimización en buscadores (SEO). Del mismo modo, empresas como Grupo Pilar Maura han de ocuparse de aportar el enfoque estratégico al plan de comunicación digital incluyendo por supuesto las redes sociales. Son necesarios también conocimientos de analítica web y de publicidad digital (Google AdWords). También anunciarse en redes sociales usando por ejemplo Facebook Ads y Twitter Ads.

La mayoría de las organizaciones se han dado cuenta ya de la importancia del marketing social. De hecho, el Informe de la Comunicación Digital de las ONG de 2016 constata que el 95% de las ONG cuentan ya con página web y que el 61% ya aceptan pagos online.

Datos de contacto:

Alfonso R.

Categorías: [Comunicación Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>