

Online y offline, dos modelos de marketing compatibles según Marketing Directo

Ninguno de los dos mundos es excluyente, puesto que pueden integrarse en una misma estrategia

Digitalizar una empresa en el mundo actual es un paso básico para todo tipo de negocio. Este proceso no quiere decir que el marketing offline se vaya a extinguir en poco tiempo. Ambos modelos unen fuerzas para crear estrategias y caminos hacia la consecución de objetivos comunes.

Marketing Directo hace eco de los datos recogidos en el análisis y estudio de Marketing Relacional en España, elaborado por Mediapost y en colaboración con la Asociación de Marketing de España. Defiende que el e-commerce es el modelo de comercio digital más asentado hoy día, y refleja que esa combinación de estrategias unen fuerzas con el offline. Los puntos de venta físicos están marcando tendencia y se convierten en un canal perfectamente compatible. Existen agencias como la empresa Grupo Antón que, mediante publicidad online en Murcia y la offline, dejan claro que pueden coexistir estos dos tipos de marketing.

La importancia de lo digital es innegable y su valor se amplía con las posibilidades que da una tienda física tradicional. En este terreno, hay grandes empresas tecnológicas como Amazon, que también han elegido este modelo, y otras empresas como las agencias de comunicación de Alicante que ayudan a las PYMES, tanto en el offline como el online, a darse a conocer.

Últimamente, se está viendo otra tendencia en el cuidado de la experiencia de compra, llamada experiencia de usuario o UX. Este modelo se está trasladando a las tiendas físicas, desde la experiencia de compra digital mediante servicios complementarios, hasta comprar online y recoger en persona en la tienda. Dos mundos que se usan de forma conjunta y mejoran tanto la experiencia de compra como la imagen de marca.

Datos de contacto:

Grupo Antón
965 442 612

Nota de prensa publicada en: [Elche, Alicante](#)

Categorías: [Nacional Comunicación Marketing E-Commerce](#)