

Beneficios del marketing digital para las empresas según Revista Éxito Idea

Todo empresario sabe que disponer de un plan de negocio, un proyecto con una visión general que la actividad de la empresa, el panorama competitivo y la situación financiera es indispensable para encontrar el camino del éxito

Tener un plan de marketing empresarial es importante ya que le ayudará a centrarse en el público objetivo, también le permitirá reducir las opciones entre el número interminable de herramientas a disposición, asegurándose de elegir las soluciones más adecuadas para la empresa y público general.

Por supuesto, la creación de un plan de marketing para una empresa llevará trabajo y requerirá conocimientos de personas que entiendan el mundo empresarial, la competencia y cómo promocionar adecuadamente un negocio. Por eso, aunque se trate de una empresa pequeña, es importante buscar el asesoramiento de una empresa de marketing digital. Puede parecer demasiado, pero en realidad no es tan complicado.

Con un poco de ayuda, herramientas sencillas y accesibles, se puede encontrar las mejores estrategias de marketing para las empresas, crear un plan para ponerlas en práctica y planificar el camino hacia el éxito.

Ventajas del marketing online para las empresas

La mayoría de las empresas destinan un presupuesto para el marketing online.

El marketing ofrece una gran cantidad de métodos y prácticas, entre los que a menudo resulta difícil elegir el adecuado que conduzca al aumento de los beneficios y la expansión de la empresa.

Para tomar la decisión de utilizar el marketing digital, hay que saber:

1. Crear un plan de marketing

Revista Pyme explica el proceso para crear un plan de marketing:

- **Análisis de la situación:** Definir la empresa, los productos y los servicios, es importante para enumerar los puntos fuertes y débiles de la empresa en cuestión, incluidas las posibles oportunidades y amenazas.

- **Público objetivo:** Es importante definir el público primario, secundario y terciario. Así como describir en términos demográficos y psicográficos: quiénes son, cómo viven, qué tipo de personas son.

- Plan de ventas: Describa cómo se venderán los productos o servicios (online, en tiendas físicas, en ferias, etc.) y cómo funcionará la práctica en el proceso de la compra.

- Objetivos de marketing y plan de acción: Escriba a grandes rasgos los objetivos que se esperan del marketing, algunas herramientas y estrategias que se pueden utilizar para alcanzarlas.

- Análisis financiero: Obtenga una imagen clara de la situación financiera de la empresa y proporcione información sobre qué parte del presupuesto se va a dedicar a la promoción de la empresa. (También se puede incluir un conjunto completo de estados financieros para que el círculo de asesores sepa en qué números se basa y puedan sugerir cambios si es necesario).

2. Identificar herramientas y estrategias para el plan de marketing

Revista Emprendedores indica que es igual de importante desarrollar los objetivos empresariales.

Reservar el tiempo necesario para determinar las herramientas que se utilizará para ejecutar el plan. Al utilizar los medios de comunicación tradicionales (algo que no hacen todas las empresas), como son: noticias en prensa, anuncios de televisión y anuncios de radio-

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, el marketing digital para las empresas suele estar en manos de un equipo de personas profesionales en crear planes más detallado adaptándonos a cada empresa y a necesidades más específicas. Esto no sólo garantizará que la publicidad esté optimizada, sino que le ayudará a mantenerse en el objetivo, a crear un mensaje coherente y a tomar decisiones más meditadas e informadas.

3. Evaluación y optimización del rendimiento

La publicidad de una empresa es un proceso continuo y el plan puede cambiar a medida que cambie la competencia, la situación económica y la propia empresa. Al utilizar herramientas potentes, el apoyo de asesores y varios recursos se conseguirá el éxito de la empresa.

4. Precios bajos

El retorno de la inversión en marketing digital es, por término medio, significativamente mejor que el de la inversión en publicidad offline o publicidad tradicional.

Es importante tener siempre en cuenta el objetivo de la publicidad, ya que un anuncio de televisión le puede rápidamente frente a una gran parte de la población y un artículo publicado en una revista online puede darle fácilmente más credibilidad.

Sin embargo, la publicidad digital es de 3 a 50 veces más barata que la publicidad tradicional en términos de la cantidad de personas que verán el anuncio.

Para muchas pequeñas y medianas empresas, la publicidad offline (tradicional) ni siquiera es una opción porque incluso la más mínima inversión significativa en él es demasiado alta para los presupuestos.

5. Gran capacidad de medición

En el caso de las vallas publicitarias, a menudo se suele preguntar cuántas personas las han visto realmente; en el caso de los artículos impresos, nunca se puede estar seguros de cuántos lectores han llegado siquiera a la mitad del artículo, estas preocupaciones desaparecen en Internet.

Con herramientas como la analítica web bien configurada, se puede consultar exactamente quién está más interesado en el anuncio, si los visitantes de la página se descargan una lista de precios, qué parte del artículo lee un usuario y cuánto tarda un cliente en pasar por la página web para hacer una compra o reservar un servicio.

6. Amplitud de la audiencia

El 83% de las personas utilizan Internet y el 71% lo hace para buscar información sobre productos y servicios. Por lo tanto, la audiencia en Internet es prácticamente ilimitada.

7. Variabilidad de los formatos

Google, Facebook e Instagram, Microsoft, Yahoo y otras plataformas publicitarias compiten entre sí por los anunciantes, por lo que reinventan y mejoran constantemente los formatos publicitarios para que funcionen con la mayor eficacia posible y se adapten a las necesidades de las empresas y usuarios.

Como resultado, se verán muchas opciones sobre cómo debe funcionar un anuncio, cómo debe ser y dónde debe aparecer en la mayoría de ellos.

Algunos anuncios son mejores para las ventas, otros son mejores para promocionar aplicaciones móviles, otros son sólo para dar a conocer una marca, y algunos pueden usarlos si una empresa vende artículos más interesantes que su competencia.

En este caso es el especialista en marketing digital el que puede decidir cual es la mejor opción en cuanto a las necesidades de una empresa.

Datos de contacto:

EXITO IDEA

Beneficios del marketing digital para las empresas

624 02 60 62

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>