

Las multinacionales recomiendan el marketing Online

Las grandes empresas iniciaron la gira estatal de ImpulsandoPymes apuntando al mercado digital y a la innovación como los remedios contra la crisis

En medio de la incertidumbre económica, un grupo de multinacionales trajo a Bilbao un regalo inestimable para las Pymes, el marketing Online es un ingrediente esencial contra la crisis. El arranque de la gira estatal ImpulsandoPymes aportó el pasado 8 de febrero un mensaje de esperanza envuelto en la advertencia, el mercado digital es una oportunidad sólo al alcance de los innovadores.

Ante 300 pequeños empresarios, Microsoft, Phillips, Deutsche Bank, Endesa o Iberia señalaron a la innovación como la clave que les ha permitido convertirse en gigantes de la nueva economía. En la jornada sobrevoló la figura del genial Einstein que abrió la puerta del cambio con una contundente dosis de sentido común: "Si quieres resultados diferentes necesitas cosas diferentes".

En estos tiempos en que los métodos tradicionales han caído en desuso y las tácticas comerciales convencionales se agotan, el comercio Online

es una de las tablas de salvación. Ahora más que nunca la máxima de renovarse o morir es una realidad. Pero el tren ha iniciado su viaje y no volverá una segunda vez.

La situación actual muestra un escenario cambiante que propicia motivos de esperanza en el entorno digital, un territorio virgen.

Las oportunidades parecen inmensa en un momento en que el 75% de las Pymes carece de una web propia. La geolocalización también despunta como un prometedor nicho de mercado. De hecho, las expectativas prevén mil millones de smartphones en el mundo en el plazo de 3 años. Eso significa que los clientes estarán cada más accesibles para las empresas siempre que se recurra a las plataformas idóneas, como Foursquare, y se diseñen las estrategias de marketing adecuadas.

A pesar de que en crisis la guerra de precio es una tentación, los ejecutivos de las multinacionales descartaron esta vía. Así, detallaron que sólo un 35% de clientes decanta la compra por las tarifas. Por el contrario, apostaron por la diferenciación para competir. Las grandes empresas recomendaron hacerse un hueco en el mercado siendo el primero en una actividad o aferrándose a virtudes como la tradición o el método de elaboración.

En este propósito, advirtieron que la comunicación juega un papel vital para llegar a la mente del consumidor. De nuevo, destacaron que las nuevas tecnologías salen en ayuda de las pequeñas empresas con las redes sociales, auténticos canales corporativos frente a los inaccesibles medios de masas tradicionales. Como consejo, también abogaron por un mensaje claro y constante.

Las grandes empresas mostraron el camino, pero las Pymes no están solas. Agencias de marketing Online como Wokomedia guían la puesta en marcha de estos procesos en las pequeñas empresas. Nuestra llave es un Plan de Social Media con ramificaciones en redes sociales, el Ecommerce o el posicionamiento web.

Datos de contacto:

Wokomedia

Consultoría marketing Online

944807426

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

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>