

**MARK**

**DIGI**





# MARKETING TALK







# EL MARKETING 360

## EL SOBREVIVIENTE DEL CAMBIO TECNOLÓGICO

por Melissa Ondarza y Atzhiri Rodríguez

Tras el avance de los medios digitales, las empresas han tenido que adaptarse a estos nuevos reglamentos que en un principio no les afectaban, pero ahora pueden llegar a cambiar el significado de las cosas.

**“ ANTES LA PUBLICIDAD SE BASABA EN CARTELES O COMERCIALES, PERO AHORA, GRACIAS A LAS REDES SOCIALES, SU MERCANCÍA PUEDE LLEGAR HASTA LUGARES FUERA DE SUS FRONTERAS, ”**

Lo que uno pagaba para que su anuncio estuviera en un cartel publicitario ahora es lo mismo que pagar para ponerlo en internet y llegue por sí solo a millones de personas. Era cuestión de suerte que tu anuncio fuera visto por muchos, pero ahora las empresas saben la cantidad de espectadores que día con día ven sus anuncios, cosa que antes era imposible saber.

Las marcas tenían su propio logotipo establecido, pero hasta hoy saben que deben acoplarse y cambiarlo, pero conservando su significado. Los medios digitales les abren las puertas a muchos emprendedores ocasionando que haya más competencia, por lo que las empresas existentes, que antes estaban en la cima, deben adaptarse para no quedarse atrás. Tanto los precios como el material han cambiado en esta nueva era digital.

Las empresas ya no tienen que preocuparse por invertir dinero en imprenta o en un comercial, ya que ahora la cantidad que pagaban para eso puede esparcir su publicidad. El pagar por un comercial o un cartel solo te permitía darte a conocer en cierta área. Gracias al marketing digital, ya **las empresas no temen en invertir dinero porque, sin importar dónde esté su publicidad, puede llegar hasta lugares que ni ellos esperaban.**

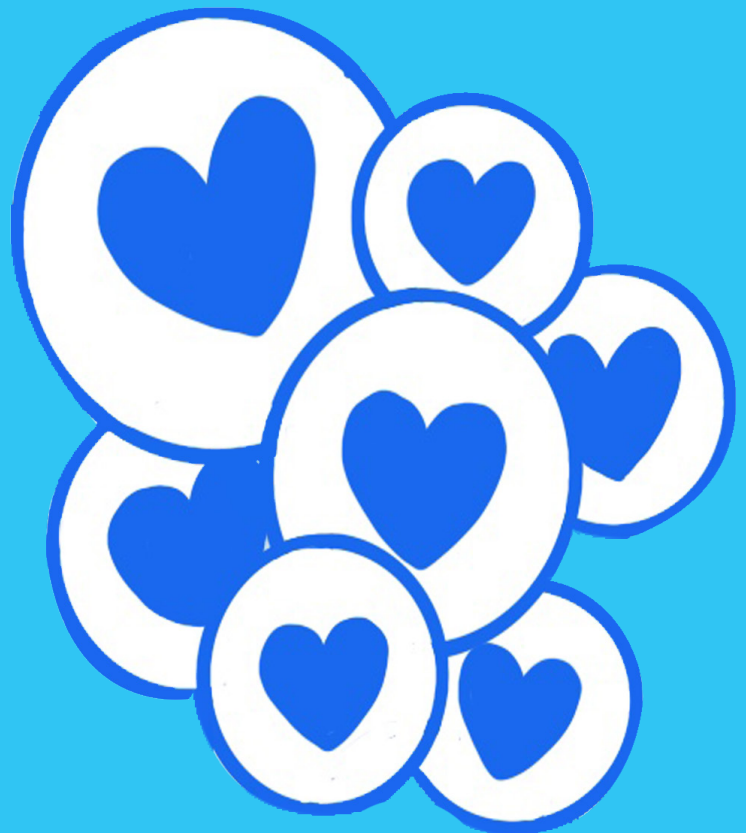
La creatividad también es un punto a favor. El ser formal lo ha vuelto aburrido, hoy en día uno tiene que ser creativo para tener más atención y que el mundo sepa quién eres; es una forma más eficiente de dejarle tu marca al mundo y sea más fácil recordarte.

El marketing, hoy más que nunca, es regulado por la tendencia social y tecnológica más que por la clásica mezcla de las 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza). Hoy existen un par de variables más que tenemos que considerar a la hora de modelar un negocio, ya sea de producto o servicio. Algunos referentes contemplan la **EXPERIENCIA** como el nuevo factor X del éxito a la hora de desarrollar una estrategia de marketing. Otro factor contemporáneo es la diversificación del segmento o nicho de mercado, tal como lo menciona Seth Godin (Tribes), la segmentación tradicional de género, edad y ubicación ha sido reemplazada por las TRIBUS (Brand Tribe). Un mundo interconectado y global ha desembocado en subgrupos aglomerados por intereses mutuos y coincidencias, es así como la estrategia más sensata de marketing empleará una segmentación por nichos de interés y consumo diversos e incluso transversales de un grupo a otro.

Con el tiempo las redes sociales fueron posicionándose y otras desvaneciéndose, **Facebook y Twitter** fueron las más persistentes y evolutivas al grado que, como la regla de oferta y demanda exige, llegó el toque lucrativo de estas. Ahí comenzó el atractivo mundo de pautar para negocios en estas redes sociales. En un principio bastaba un buen diseño para anunciarse y esto nos abrió las puertas para un nuevo modelo de negocio que no tardó en ser cautivado por los freelancers y agencias publicitarias convertidas más tarde en

agencias de marketing digital. Pero al pasar de los años, comenzamos a ver políticas y ajustes de estas redes que han ido evocando mayor producción y creatividad a un nivel estratégico a un sin fin de ofertas desde freelancers, Community Managers, Agencias de Marketing digital, Influencers, etc. **Las redes que actualmente mucha gente usa para el Marketing son Facebook e Instagram** aunque depende mucho tu empresa o negocio para ver cuál de las dos te funcionaría más.

Para poder darte a conocer, lo principal es analizar el mercado en donde se dará a publicitar aquel producto de manera local o a nivel nacional. La publicidad en las redes tiene dos segmentos: uno es la parte orgánica, que son todas las publicaciones y mensajes que no llevan presupuesto publicitario; la otra son las publicaciones pagadas o publicaciones pautadas con Facebook Ads y Google Ads.





# LAS REDES SOCIALES COMO NEGOCIO

## **Facebook Ads es el área comercial y publicitaria de Facebook.**

Está principalmente gestionada a través de herramientas como Administrador de Anuncios o Facebook Business Manager.

Es la oportunidad de sistematizar un canal de prospección de clientes, posicionar tu marca o generar ventas directas a través de una serie de campañas publicitarias mediante la audiencia de esta red social.

Facebook distribuye los anuncios entre su audiencia según una serie de variables y algoritmos basados en segmentación de *big data* desde áreas geográficas, género, comportamientos, gusto e intereses, en una semejanza análoga a lo que sería repartir volantes casa por casa en sentido figurado, esto en diferentes zonas de la red social.

Dentro de las limitantes que Facebook Ads establece, está la reducción de publicidad con mucho texto en la imagen, la publicidad que pueda resultar engañosa como la típica de “antes y después”, las promesas de enriquecimiento, fortuna al azar, así como publicidad que atente contra la integridad como discriminatorias o aquellas que evoquen temor y miedo, principalmente en temas de salud y estética.

En la actualidad la interacción es una fuente

de éxito para una campaña, ya que permite elevar el rendimiento de alcance y conversión de prospectos de manera orgánica (sin costo) y, en un futuro, te da la posibilidad de activar campañas de remarketing.

## **Google Ads posiciona tu negocio en la web.**

Pero, ¿cómo funciona? Google Ads usa palabras clave de búsqueda, de esta manera, cuando un usuario introduzca en el buscador la palabra que haz elegido les aparecerá la publicidad. Está basada en campañas de PPC (pago por clic) donde tienes que pagar por cada clic que reciben tus anuncios por parte de los clientes, es decir, te cobrará cada vez que alguien haga clic en el anuncio.

Carla Morales (Asesora en redes sociales) ha trabajado en campañas de festivales y conciertos de la empresa Prime Entertainment. Ella participa en dar a conocer todo lo que comunica en las redes sociales, páginas web, entre otras más. Aunque por su cuenta da cursos y talleres sobre las redes sociales.

Su principal canal es Facebook en cuanto a su trabajo personal debido a que de ahí conoce a muchos de sus clientes por parte de recomendación. En cuanto a la hora de realizar una campaña para una empresa ella menciona:





“Primero analizo el mercado. Todo depende de la cuenta que uno tiene. Cuando se es una marca que nadie conoce, lo esencial es hacer un estudio de mercado en donde se dará a publicitar aquel producto local o nivel nacional. Realmente es conocer todo el entorno del negocio para así saber la estrategia digital que usarás”.

Google Ads y Facebook Ads también forman parte de la estrategia de mercado que utiliza. Siendo plataformas para realizar publicaciones pagadas con el beneficio de llegar más lejos dándose a conocer. La estrategia fundamental de cualquier negocio es tener presupuesto designado para dar a conocer tu marca en redes sociales.

**“AMBAS PLATAFORMAS FUNCIONAN MUCHO PARA LA INVERSIÓN, ES DECIR, PARA LA PAUTA PUBLICITARIA. YO TRABAJO CON DOS SEGMENTOS, UNO ES LA PARTE ORGÁNICA QUE ES ASÍ COMO LE LLAMAMOS A TODAS LAS PUBLICACIONES Y MENSAJES QUE NO LLEVAN PRESUPUESTO PUBLICITARIO. LAS PUBLICACIONES PAGADAS O PUBLICACIONES PAUTADAS SON CUANDO SALEN A LA LUZ ESTAS APLICACIONES DE GOOGLE ADS Y FACEBOOK ADS. ME ENFOCO MÁS EN ESTAS PLATAFORMAS”.**

Para las empresas representa un ahorro económico gigantesco. Antes se gastaba demasiado en anuncios panorámicos o en otros medios, que no dejan de estar vigentes. Pero ahora con lo digital conviene más, ya que lo que invertías para un anuncio panorámico ahora te puede ayudar a llegar a diez mil personas a nivel nacional o incluso más lejos. El marketing se ha vuelto medible.

**“SI NO ESTÁS EN EL MUNDO DIGITAL, LITERALMENTE NO EXISTES PARA EL RESTO DEL MUNDO. SI UNO NO VE TU PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES LA PERSONA PENSARÁ QUE ES FALSO Y NO TE COMPRARÁ. HA SIDO UN GRAN ESFUERZO DE LAS EMPRESAS POR PERTENECER A LAS REDES SOCIALES PARA ASÍ DARSE A CONOCER”.**

# MARÍA FERNANDA JIMÉNEZ

por Gabriela Barcenas y Citlali Zeledón

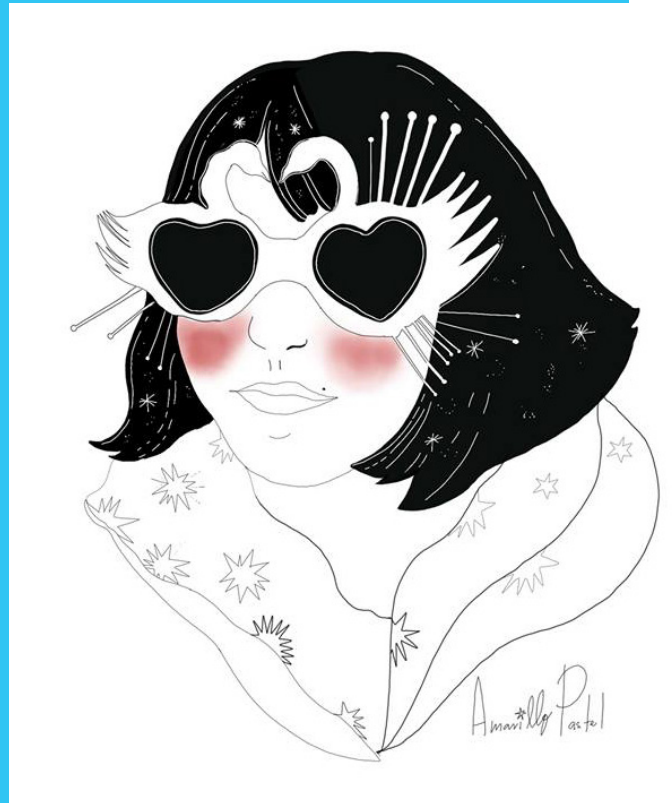
**M**aría Fernanda Jiménez (ilustradora mexicana) cuenta con su marca “Amarillo pastel”, dedicada a hacer ilustraciones, comisiones, etc. Ella nos platica su experiencia sobre las redes sociales; su forma para llegar al público.

**“LAS REDES SOCIALES SON UNA GRAN HERRAMIENTA QUE TODOS DEBERÍAMOS APRENDER A USAR AL 100% Y PARA EL BIEN, HAY MUCHAS OPORTUNIDADES AHÍ, BASTA CON EMPEZAR A HACERLO (COMPARTIR TU TRABAJO) PARA DARTE A CONOCER.”**

Con la llegada de las redes sociales, es más fácil llegar a más público y la cantidad de gente que ve tu trabajo. “Instagram, en realidad es la única en la que comparto todo “oficialmente”, me gusta porque puede servir de inspiración, para conocer a gente que está en lo mismo que tú y no sólo para vender tu trabajo, también puedes saber qué están haciendo tus artistas favoritos”. Pero el éxito en redes sociales ¿Es suerte o esfuerzo?

María nos comenta puede ser subjetivo, esto debido a que para ella fue una gran cantidad de esfuerzo, constancia y paciencia.

**“MIENTRAS MÁS PUBLICAS E INTERACTÚAS, MÁS RESPUESTA TIENES, PERO HE APRENDIDO QUE TAMPOCO PUEDES VIVIR AMARRADO A LAS REDES.”**



Siendo influencer, contando con aproximadamente 28.4k de seguidores, nos cuenta que ha sido una gran experiencia, donde ella a lo largo del tiempo ha participado en eventos y conocido gente cuyos intereses o ámbitos son los mismos o, al ser diferentes, la inspiran. Aunque también tiene sus contras, como el no saber si el contenido que quieres subir será adecuado o si a tu público le agradará.

**“EL TRABAJO TAMBIÉN HAY QUE DISFRUTARLO, NO SOLO HAY QUE PENSARLO PARA VENTAS O PARA COMPLACER A UNA AUDIENCIA, ESO MUCHAS VECES NOS FRUSTRAN Y HACE QUE PREFIRAMOS NO HACER NADA.”**

Sin embargo, ella nos aconseja no vivir del like ni de la expectativa de la gente que te ve, por el contrario, tratar de mostrarte real siempre, eso es lo que hace auténtico tu trabajo y a ti.



# DIANA DIAZ

**D**iana Díaz (ilustradora y youtuber mexicana) nos habla del cambio de lo tradicional que era el marketing a la actualidad. “Hoy en día, gracias a las redes sociales, podemos trabajar desde la comodidad de nuestro hogar y no necesariamente tenemos que estar pegados a una computadora para poder trabajar. Ha sido una gran estrategia que las empresas se adentren a la era digital, debido a que es lo que actualmente mueve mucho tanto a la juventud como a los adultos, además de que es una forma de dar visibilidad a tu marca internacionalmente”, menciona Diana.

**“PARA MÍ FUE ALGO INGENIOSO Y SIRVIÓ PARA QUE SE DIERAN CUENTA DE LA IMPORTANCIA DE LAS ARTES Y EL DISEÑO DE TODO TIPO, CÓMO TIENEN UNA GRAN INFLUENCIA EN LA GENTE Y LA FORMA EN COMO VEN LAS MARCAS”.**

En cuanto a las redes sociales más utilizadas para darse a conocer se encuentran Facebook, YouTube e Instagram. Diana nos cuenta que utiliza mucho más Instagram debido a que te permite conectar de manera más directa con el público, además de que encuentras una gran variedad de gustos, es agradable, visual, y es menos probable que las

personas puedan robar tu trabajo, contrario a otras redes sociales.

**“POR EJEMPLO, FACEBOOK ES TODO UN MUNDO DE ROBO DE ARTE E ILUSTRACIÓN, LO CUAL AFECTA MUCHO A LOS ARTISTAS, YA QUE NO RECIBEN CRÉDITOS NI LINKS DIRECTOS A SUS PÁGINAS Y, POR ALGUNA RAZÓN, EN INSTAGRAM SI DAN CRÉDITOS A LOS ARTISTAS O AL MENOS ES MÁS FÁCIL QUE LOS DEN.”**

“Yo siempre digo que existe un público para cada cosa. No todo le va a gustar a todos. Cada estilo tiene su público y su función, nunca debemos decir que algo es “malo” o “bueno”, todo es de cómo ve la gente cada cosa personalmente y los gustos de cada uno. Se debe respetar mucho todo eso.”

Para Diana es importante mantener una conexión con sus seguidores: “Uno muy importante fue empatizar con las personas. Siempre tratar de llegar a ellos de alguna manera, tratar de crear conexiones. La gente siempre busca una experiencia, algo que los haga sentir cosas al momento de interactuar contigo. En el marketing siempre busco dar más que un producto, trato de brindar una experiencia.”