

MARKETING EN INTERNET ESTRATEGIA ACERTADA PARA LAS EMPRESAS

El mercadeo en Internet es mucho más económico y rentable si se compara con el realizado a través de medios tradicionales. El bajo costo de implementación, la capacidad de expresión y medición, hace que el mercadeo en línea sea una herramienta fundamental en la gestión empresarial, dado el alcance que permite y la interacción que se logra con el consumidor.

En el mundo existen 1.600 millones de usuarios de Internet. Según el último informe de la CRT, en Colombia hay más de dos millones de usuarios, y según el DANE en su mayoría entre los 17 y 25 años, sector que comienza a ser consumidor de productos y servicios teniendo como hábito el uso de este medio y por tanto está desplazando los medios tradicionales en su decisión de compra.

Actualmente, numerosas empresas colombianas están haciendo presencia en Internet a través de una página web corporativa, pero no todas están realizando una estrategia de marketing en la red de forma planificada y orientada a las exigencias de los nuevos públicos, que además ofrezcan resultados comerciales y financieros atractivos.

Pese a que muchas invierten grandes sumas de dinero en publicidad, el 76% de sus sitios web no están siendo visibles para los usuarios de manera rápida, según reveló un estudio sobre posicionamiento en buscadores web de las empresas colombianas que más invierten en publicidad, realizado por Interlat Group y Emecadeo.net en el 2008.

De acuerdo con el estudio del DANE, la primera acción realizada por los usuarios de internet en Colombia es la búsqueda de información en la red. Si las empresas no tienen sus sitios web posicionados en los buscadores están perdiendo oportunidades comerciales importantes.

El uso de medios como Internet, las redes sociales y la telefonía móvil, está revolucionando la forma de hacer mercadeo en el mundo. Las empresas colombianas de todos los tamaños deben acelerar su aprendizaje sobre cómo hacer uso efectivo de estas herramientas, relacionarse con sus consumidores actuales y potenciales a través de las opciones que ofrecen las nuevas tecnologías.

“La ignorancia produce temor a lo desconocido, limita la capacidad de toma de decisiones, eliminando con ello la oportunidad de potencializar todo un canal de comercialización en imparable crecimiento”, asegura Luis Chaquea, director de Interlat Group, dueño de la marca emecadeo.net, especializada en mercadeo electrónico.

Las redes sociales están demostrando su enorme potencial. En Colombia, Facebook tiene cerca de 4,2 millones de usuarios registrados, casi el 10% de la población, siendo el país de América Latina con más usuarios activos en esta red, por encima de Brasil, México y Argentina.

Por su parte, Rafael Mejía Osorio, gerente nacional de promoción y ventas de Discos Fuentes, interesado en perfilar algunas de las acciones de negocio de la empresa, ha asegurado que “el móvil marketing es un nuevo campo para las compañías de discos, útil en la oferta de ringtones y backtones”.

Interlat Group y su marca: mercarformación.com, en convenio con la Universidad Pontificia Bolivariana, realizará en Bogotá entre el 15 de mayo y el 6 de junio de 2009 el Ciclo de Marketing Electrónico, que incluye una serie de cursos teórico-prácticos para ayudar a los empresarios a romper con la mentalidad convencional y hacer presencia en Internet de manera creativa, innovadora, económica y rentable.

Los cuatro cursos de este ciclo abrirán este año las perspectivas de los asistentes en temas estratégicos:

1. Marketing Digital: “Cómo realizar 12 actividades de mercadeo efectivo en Internet” (15 y 16 de mayo). El objetivo de este curso será capacitar al participante para que tenga una visión práctica y criterio claro y global en la planificación estratégica, creación, ejecución y análisis de campañas de mercadeo en Internet.

Datos recopilados por el Estudio de Inversión en Medios Interactivos realizado por PriceWaterhouse-Coopers, indican que para el 2009 se espera que Internet se convierta en el tercer medio publicitario, y concluye además que “el perfil del consumidor está cambiando mucho y se está acercando a Internet en sustitución de la televisión. Esto supone que se está segmentando al consumidor, lo que permite un crecimiento progresivo de la implantación de los productos en Internet y de su publicidad”.

2. Móvil Marketing: “Cómo integrar el teléfono móvil en las acciones de marketing y ventas de su empresa” (22 y 23 de mayo). Colombia tiene un mercado real compuesto por 36 millones de móviles, y por ende, las posibilidades de negocio son enormes. Este curso, mostrará las capacidades y limitaciones de la tecnología móvil, la eficacia de sus comunicaciones, las técnicas más eficaces para ayudar a la venta, a la fidelidad y al servicio, así como alternativas de negocios que le darán ingresos de manera directa.

3. Redes Sociales: “Cómo integrar las redes sociales a las campañas de fidelización” (29 y 30 de mayo). La interacción, el entretenimiento y las aplicaciones de la web 2.0 o la web social, así como la comunicación en imágenes animadas son posibilidades completamente ignoradas. Además, la comercialización de los sitios tampoco es demasiado consistente, por eso establecer objetivos de forma estratégica, comercializar la oferta web de forma activa y estimular las visitas de los clientes son las condiciones clave para conseguir el éxito con una plataforma de comunicación 2.0 dirigida a los clientes.

4. SEO Optimización en posicionamiento web y buscadores: “Cómo posicionarse en buscadores para generar tráfico hacia el website” (5 y 6 de junio). El posicionamiento de un sitio web y el uso adecuado del recurso de los buscadores incrementa la posibilidad de concretar negocios en un ambiente tan competitivo.

“Para conseguir el éxito en la adecuada utilización de estas acciones de marketing en línea”, señala Luis Carlos Chaquea, “es fundamental que estén integradas en la estrategia general de la empresa y formen parte de un plan coordinado que conduzca a los objetivos buscados: aumento de la notoriedad y posicionamiento de marca; captación de nuevos clientes; fidelización de los actuales; enriquecer la presencia de la marca en la red; añadir valor a la página web; que ofrecen resultados comerciales y financieros atractivos”

Mayor información: Universidad Pontificia Bolivariana, Unidad de proyección y Gestión UPB Bogotá. ITEPAL: Avenida Boyacá 169 D 75 (San José de Bavaria) Telefax: 57(1) 677 3647, UPB Bogotá: 6670050 Ext.258 Celular: 316 454 4275 email:upb.bogota@upb.edu.co

Interlat Group: Telefax: 57(1) 658 2959, email: info@mercarformacion.com o www.mercarformacion.com

Contacto:

Luis Carlos Chaquea B.
Director General
Interlat Group.
lcchaquea@interlat.org
Bogotá-Colombia