TALLER N° 1

Examine con compañeros de estudio o de trabajo, mediante búsquedas en la *web*, consultas en periódicos y revistas, cómo están cambiando las estrategias y prácticas en el *marketing* para aprovechar los beneficios que trae la tecnología en las áreas comerciales y de promoción de las empresas. Una vez realice el ejercicio responda las siguientes preguntas:

Investigación:

Las empresas ahora se enfocan en la personalización, la automatización, el análisis de datos y la creación de experiencias inmersivas para conectar mejor con los consumidores. Además, la tecnología permite una mayor eficiencia y rentabilidad en las campañas, al tiempo que los consumidores están cada vez más informados y empoderados.

Evolución de las estrategias:

- **De lo masivo a lo personalizado:**

La tecnología permite segmentar audiencias y personalizar mensajes, creando campañas más efectivas y relevantes para cada cliente.

- **Énfasis en la experiencia del cliente:**

Se busca crear experiencias memorables y personalizadas, tanto online como offline, utilizando tecnologías como la realidad aumentada, la inteligencia artificial y el contenido interactivo.

- **Automatización del marketing:**

Herramientas de automatización permiten optimizar tareas repetitivas, como el envío de correos electrónicos o la publicación en redes sociales, liberando tiempo para tareas estratégicas.

- **Análisis de datos:**

El uso de herramientas de análisis de datos, como CRM y plataformas de gestión de datos (DMP), permite a las empresas comprender mejor el comportamiento de los clientes y optimizar sus estrategias.

- **Marketing omnicanal:**

La integración de diferentes canales de comunicación (redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, etc.) para ofrecer una experiencia coherente y fluida al cliente.

1. ¿Cómo define el *marketing* digital?

R// El marketing digital se define como el conjunto de estrategias y acciones de marketing que se llevan a cabo a través de canales digitales, como internet, dispositivos móviles y otras plataformas online, con el objetivo de promocionar productos, servicios o marcas, y conectar con audiencias específicas.

2. ¿En qué se diferencia la publicidad y el *marketing?*

R// La principal diferencia entre marketing y publicidad radica en su alcance y objetivos. El marketing es un concepto más amplio que abarca todas las actividades para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, mientras que la publicidad es una herramienta específica dentro del marketing que se centra en la comunicación persuasiva para dar a conocer un producto o servicio.

3. ¿Cuáles son las 4P?

R// Las "4 P" del marketing son Producto, Precio, Plaza (o Distribución) y Promoción.

4. ¿Qué beneficios brinda el *marketing* digital a los compradores y a los vendedores?

R// El marketing digital ofrece a los compradores acceso a una amplia gama de productos y servicios, información detallada, opciones de compra convenientes y la posibilidad de comparar precios y características de manera eficiente. Para los vendedores, proporciona herramientas para llegar a un público más amplio, segmentar audiencias, personalizar mensajes, interactuar con los clientes y medir resultados de manera precisa.

5. ¿Cómo puede una empresa establecer presencia en el entorno digital?

R// Para establecer presencia en el entorno digital, una empresa debe crear y gestionar una variedad de canales en línea, incluyendo un sitio web, perfiles en redes sociales, y contenido relevante y de calidad. Además, es crucial optimizar la visibilidad en motores de búsqueda (SEO), utilizar publicidad online, y medir y analizar los resultados para ajustar las estrategias.

Realizado por:

Omar Rojas Guerrero

Diana Moreno

CURSO:

Marketing Digital

DURACIÓN:

48 horas

INSTITUCIÓN:

SENA