



INGENIEROS
INDUSTRIALES
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

OFICINA
Acelera
pyme



GOBIERNO DE ASTURIAS
SECRETARÍA GENERAL DE ECONOMÍA
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO DE ORGANIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

DIGITAL MARKETING

Webinar: Fundamentos del marketing digital



Objetivo:
**TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DE TU EMPRESA**

Duración

2 años (hasta septiembre de 2023)

Objetivo

Ir de la mano de la pyme y autónomos para ayudarles en su transformación digital.

Beneficiarios

Pymes y autónomos. Multisectorial.

Líneas de actuación

de la Oficina de transformación

digital "Acelera Pyme"

Gratuito y acceso libre



JORNADAS DIVULGATIVAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SERVICIO DE ASESORAMIENTO Y SOPORTE DIGITAL

SESIONES DE EMPRENDIMIENTO DIGITAL

VISITAS A EMPRESAS Y HABILITADORES TECNOLÓGICOS

VÍDEO PÍLDORAS TECNOLÓGICAS

FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Puedes participar en todas las acciones a través de la web WWW.OTDASTURIAS.ES

Dudas, preguntas => chat





Olga Gutiérrez González

- Consultora y mentora especialista en Marketing, comunicación y transformación digital. Experta en Social Media.





Sede del COIIAS (Oviedo)



Página web

www.otdasturias.es



RRSS

LinkedIn/Twitter/Fb/Instagram @coiias



Correo electrónico

otd@coiias.es

Suscribirse al boletín



Oficina de Transformación Digital “Acelera Pyme”



INGENIEROS
INDUSTRIALES
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



INGENIEROS
INDUSTRIALES
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

¡Gracias por Vuestra
Atención!



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

OFICINA
Acelera
pyme

Oficina de
Transformación Digital
"Acelera Pyme" del
COIIAS

OFICINA
Acelera



INGENIEROS
INDUSTRIALES

DIGITAL MARKETING

Jornada de Transformación Digital:

Fundamentos del marketing digital

Online | 27 abril 2022 | 10:00 - 11:30 h.

Contenidos

1. Definición actualizada de Marketing.
2. Marketing Mix (Las 4 p's del marketing):
 - a. Precio
 - b. Producto
 - c. Distribución
 - d. Promoción
3. Evolución del Marketing Mix.



Contenidos

1. Definición actualizada de Marketing.
2. Marketing Mix (Las 4 p's del marketing):
 - a. Precio
 - b. Producto
 - c. Distribución
 - d. Promoción
3. Evolución del Marketing Mix.

1.-Definición actualizada de Marketing.



AMERICAN MARKETING
ASSOCIATION



INGENIEROS
INDUSTRIALES
PRINCIPADO DE ASTURIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA



AMERICAN MARKETING
ASSOCIATION

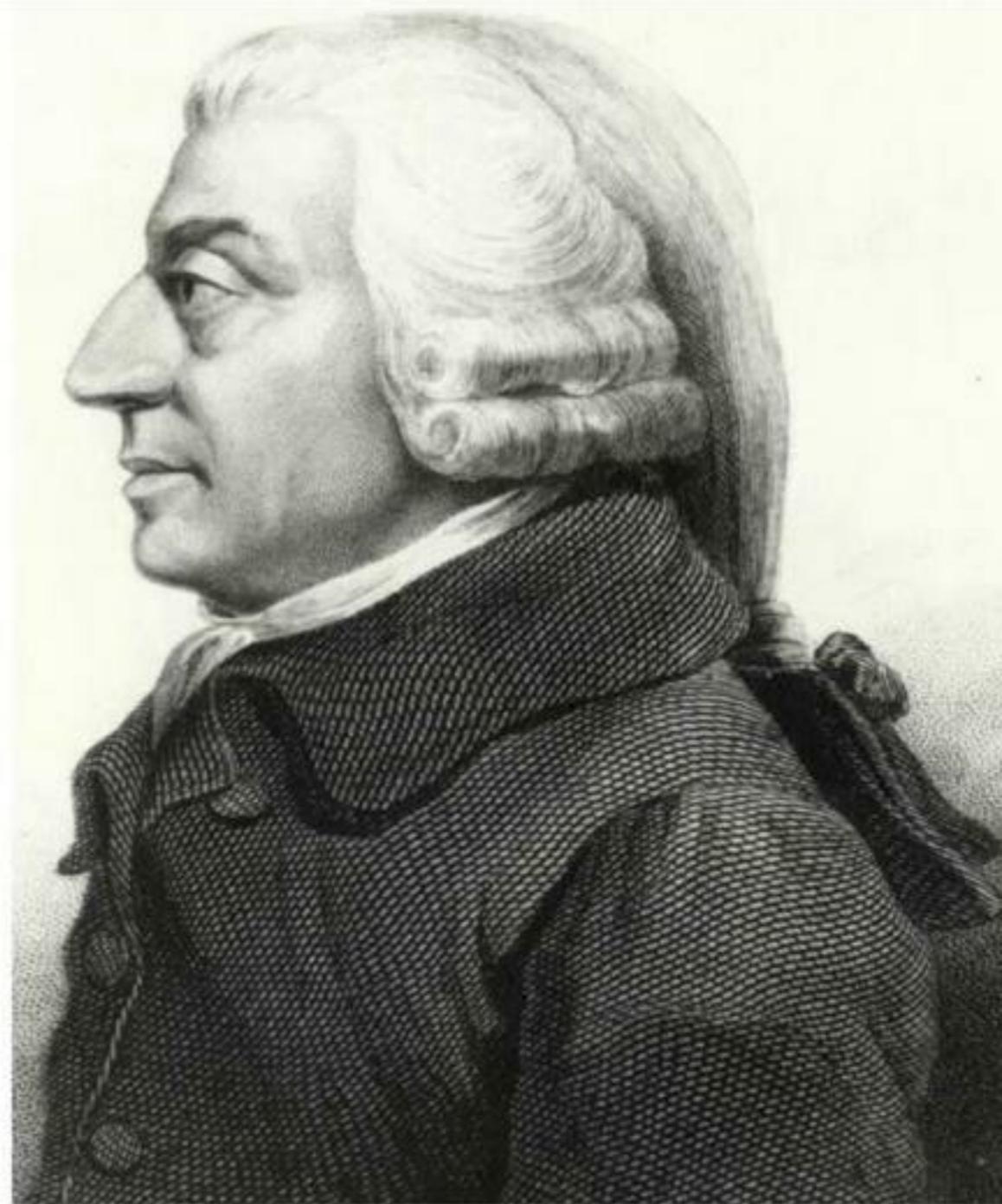
Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.



red.es



«En toda **producción** el único fin y propósito es el **consumo**; y el interés del productor debiera atenderse solamente hasta donde sea preciso para la promoción del consumidor. Este principio es de por sí tan evidente que resultaría absurdo querer demostrarlo.



INGENIEROS
INDUSTRIALES
PRINCIPADO DE ASTURIAS



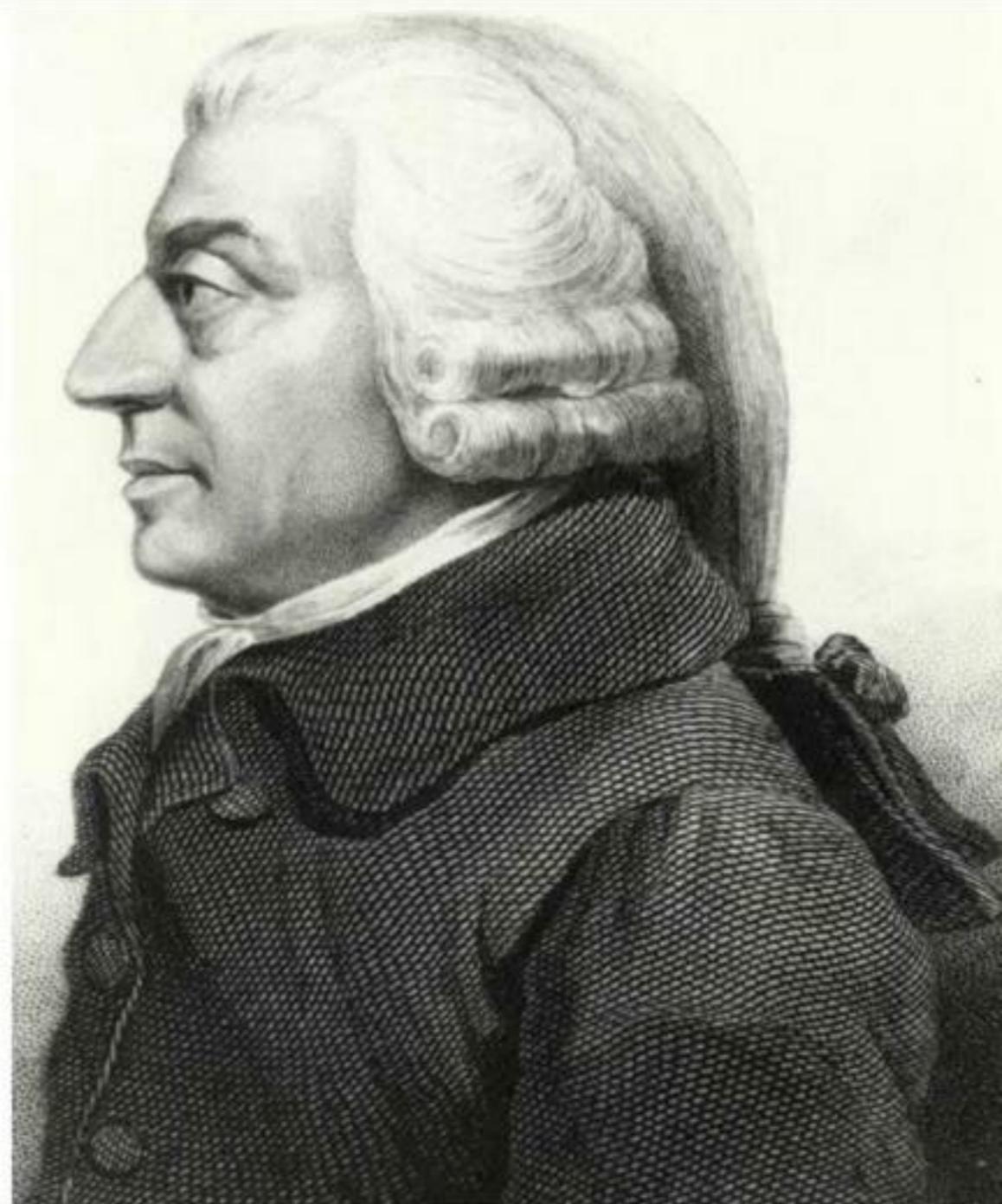
red.es



UNIÓN EUROPEA

«En toda **producción** el único fin y propósito es el **consumo**; y el interés del productor debiera atenderse solamente hasta donde sea preciso para la promoción del consumidor. Este principio es de por sí tan evidente que resultaría absurdo querer demostrarlo.

Sin embargo, el sistema mercantil *el interés del consumidor se sacrifica casi constantemente en beneficio del producto*; y parece que se considere a la producción - y no al consumo- como objetivo y finalidad de toda la industria y el comercio»



Adam Smith

(1723 – 1790)



**INGENIEROS
INDUSTRIALES**
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



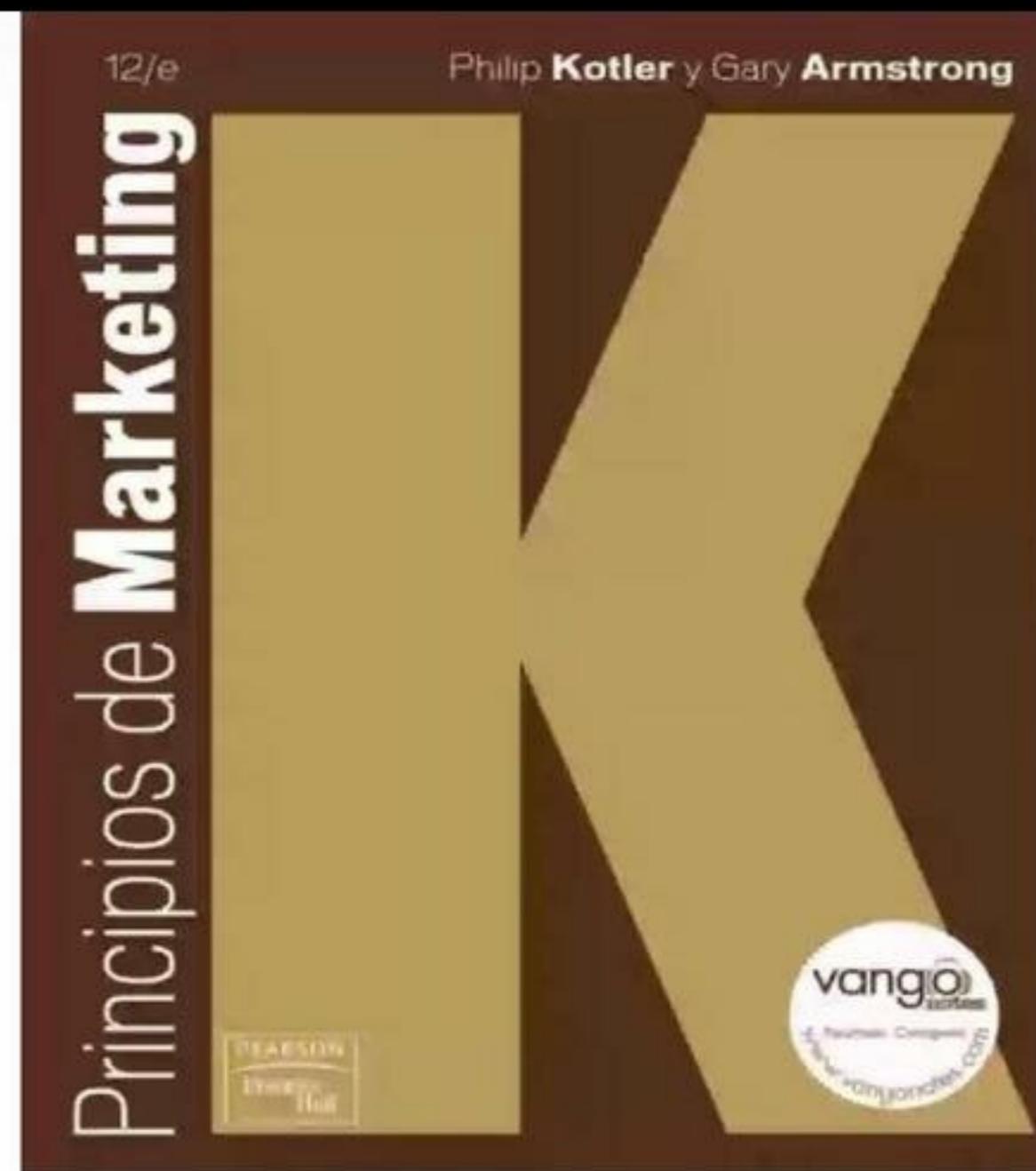
UNIÓN EUROPEA

«Durante los últimos cinco años se ha producido nada menos que una *transformación revolucionaria en el mercado de consumo en masa*. De una sola unidad homogénea, el gran mercado ha pasado a una serie de **mercados segmentados**, fragmentarios, cada uno de ellos con sus propias necesidades, gustos y estilo de vida»

Ken Schwartz
(1962)



El marketing de hoy en día trata de *crear valor para el cliente y de construir relaciones rentables con él.*



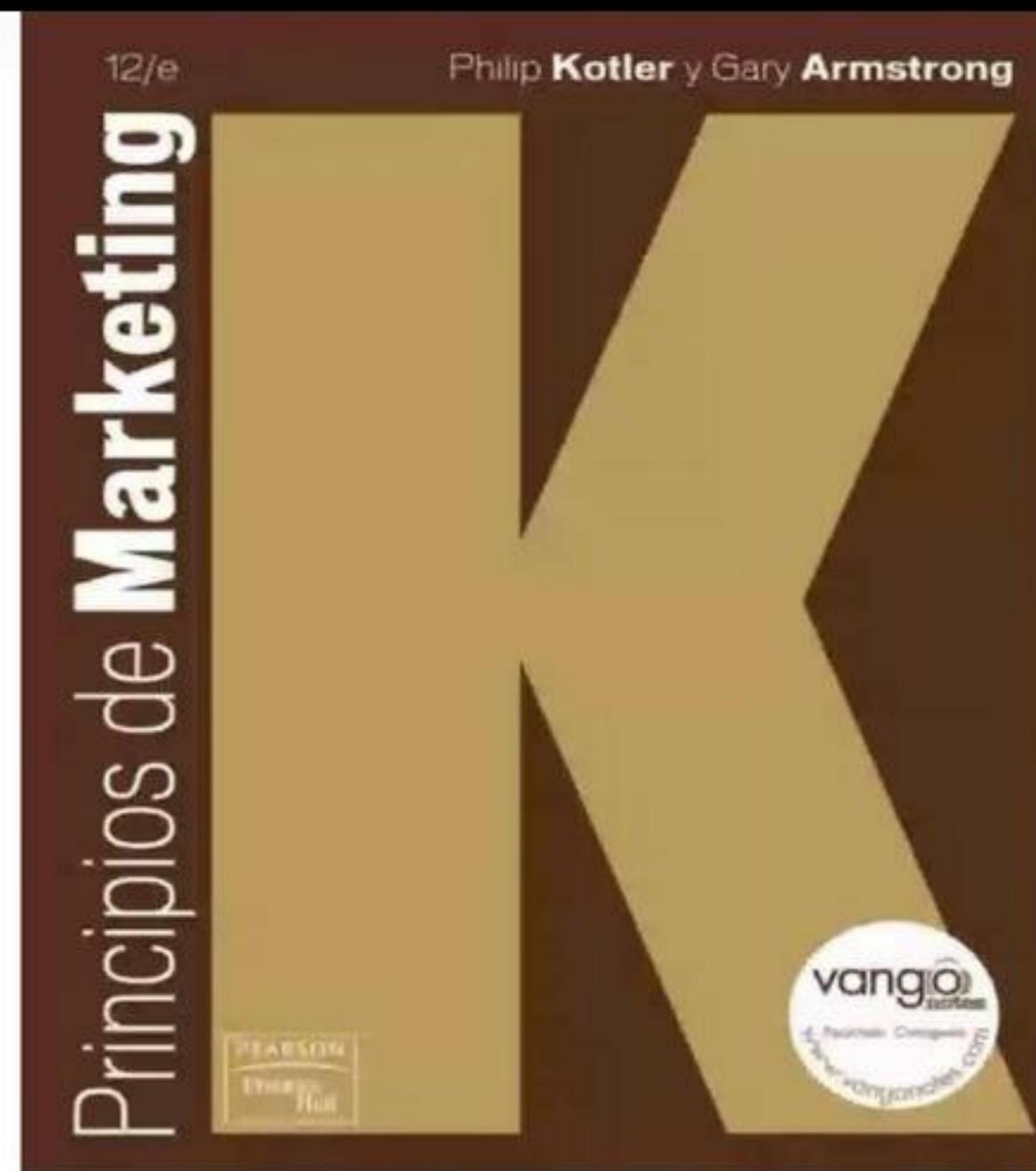
El marketing de hoy en día trata de **crear valor para el cliente y de construir relaciones rentables con él.**

Parte de comprender las necesidades y deseos del consumidor, decidir cuáles son los mercados objetivo que puede atender mejor la organización y desarrollar una propuesta de valor atractiva con la que pueda captar, mantener e incrementar el número de clientes objetivo. Si una organización hace bien estas cosas, cosechará las recompensas en forma de cuota de mercado, beneficios y capital de clientes.



El marketing de hoy en día trata de **crear valor para el cliente y de construir relaciones rentables con él.**

Parte de comprender las necesidades y deseos del consumidor, decidir cuáles son los mercados objetivo que puede atender mejor la organización y desarrollar una propuesta de valor atractiva con la que pueda captar, mantener e incrementar el número de clientes objetivo. Si una organización hace bien estas cosas, cosechará las recompensas en forma de cuota de mercado, beneficios y capital de clientes.

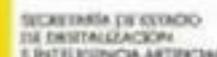
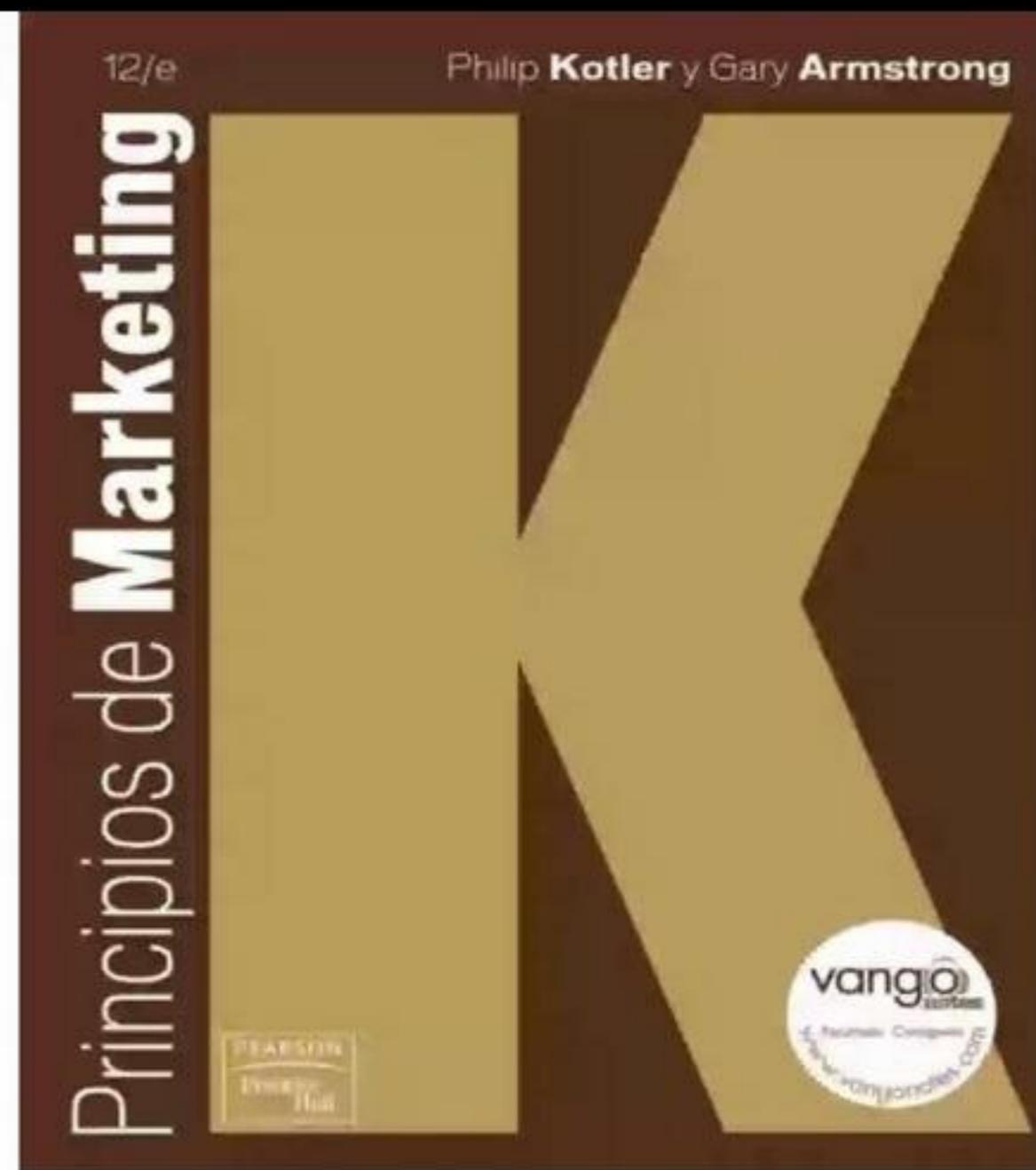


El marketing de hoy en día trata de **crear valor para el cliente y de construir relaciones rentables con él.**

Parte de comprender las necesidades y deseos del consumidor, decidir cuáles son los mercados objetivo que puede atender mejor la organización y desarrollar una propuesta de valor atractiva con la que pueda captar, mantener e incrementar el número de clientes objetivo. Si una organización hace bien estas cosas, cosechará las recompensas en forma de cuota de mercado, beneficios y capital de clientes.

Philip Kotler-Gary Amstrong

Principios de Marketing (2008)



Otros conceptos: Marketing Research.



INVESTIGACIÓN

de mercados

problemas
específicos del
mercado

comercial

recopilación y el
análisis de
información acerca
de un producto
**eje del SIM*

Otros conceptos: **SIM.**

El sistema de información de marketing (SIM) es el conjunto de:

- elementos
- instrumentos
- procedimientos para: obtener datos, registrar datos y analizar datos

con la finalidad de transformarlos en información útil para la toma de decisiones de marketing.

Otros conceptos: **Brand.**



Otros conceptos: **Brand.**

Una marca es un nombre, término, diseño, símbolo o cualquier otra característica que identifique los bienes o servicios de un vendedor como distintos de los de otros vendedores.

Una marca "es un activo intangible" que tiene como objetivo crear:

- imágenes
- asociaciones distintivas

en la mente de las partes interesadas, generando así beneficios/valores económicos".





Otros conceptos: **Brand. Arquetipos.**

THE CREATOR

Naturally expressive, inventive, original, and imaginative.

Keywords

- Inspirational
- Expressive
- Imaginative
- Originality

Colors



Brands



Otros conceptos: **Brand. Arquetipos.**

THE HERO

Courageous. Bold. Inspirational. On a mission to make the world a better place.

Keywords

- Brave
- Candid
- Champion
- Mastery

Colors



Brands



Otros conceptos: **Brand. Arquetipos.**

THE INNOCENT

Exhibits happiness, goodness, optimism, safety, romance, and youth.

Keywords

- Pure/Wholesome
- Honest
- Optimistic
- Humble

Colors



Brands



Otros conceptos: **Brand. Arquetipos.** **THE EXPLORER**

Inspired by travel, risk, discovery, and the thrill of new experiences.

Keywords

- Freedom
- Brave
- Adventurous
- Explore

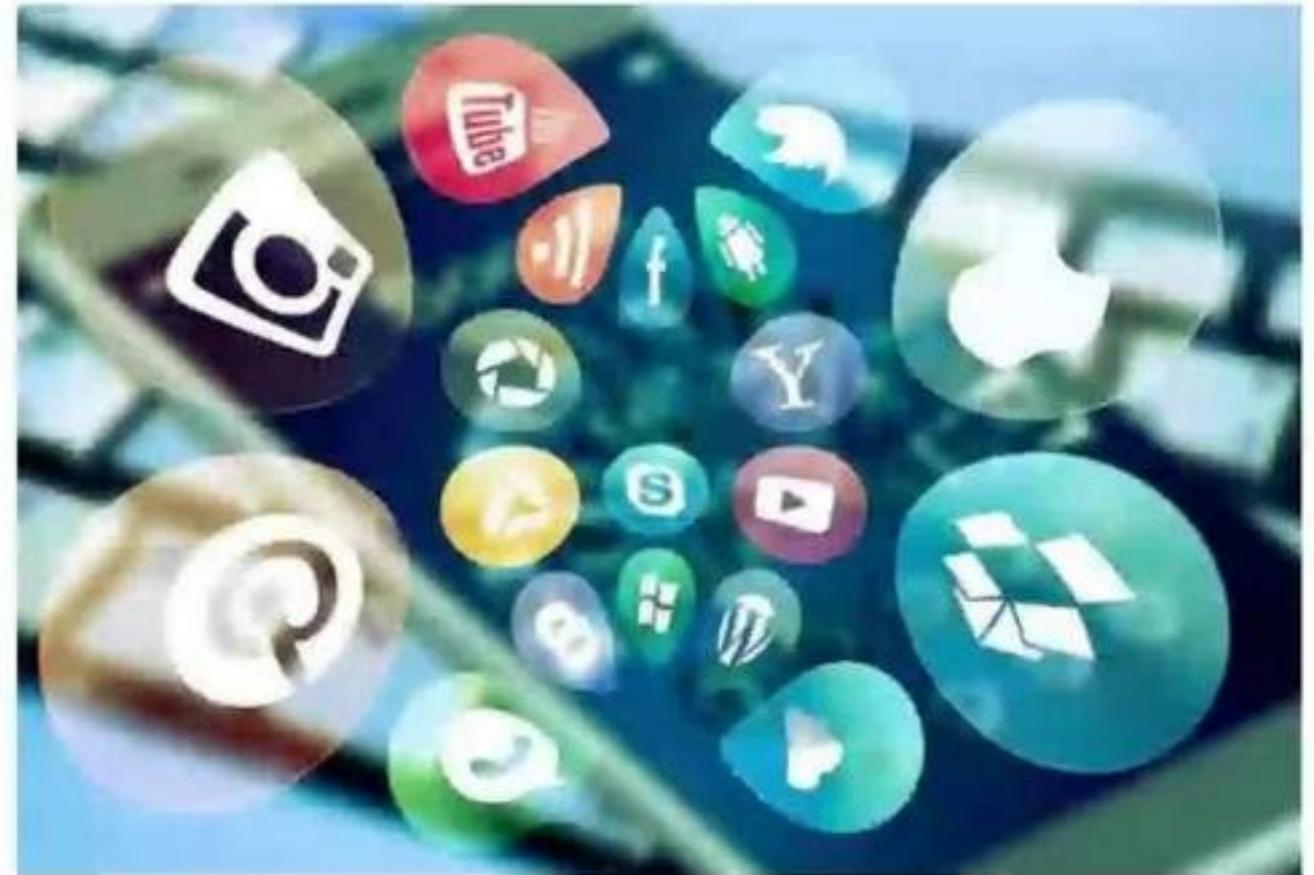
Colors



Brands



Tipos de Marketing: **Marketing Digital.**



Tipos de Marketing: **Marketing Digital.**

Conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.



Tipos de Marketing: **Influencer Marketing.**



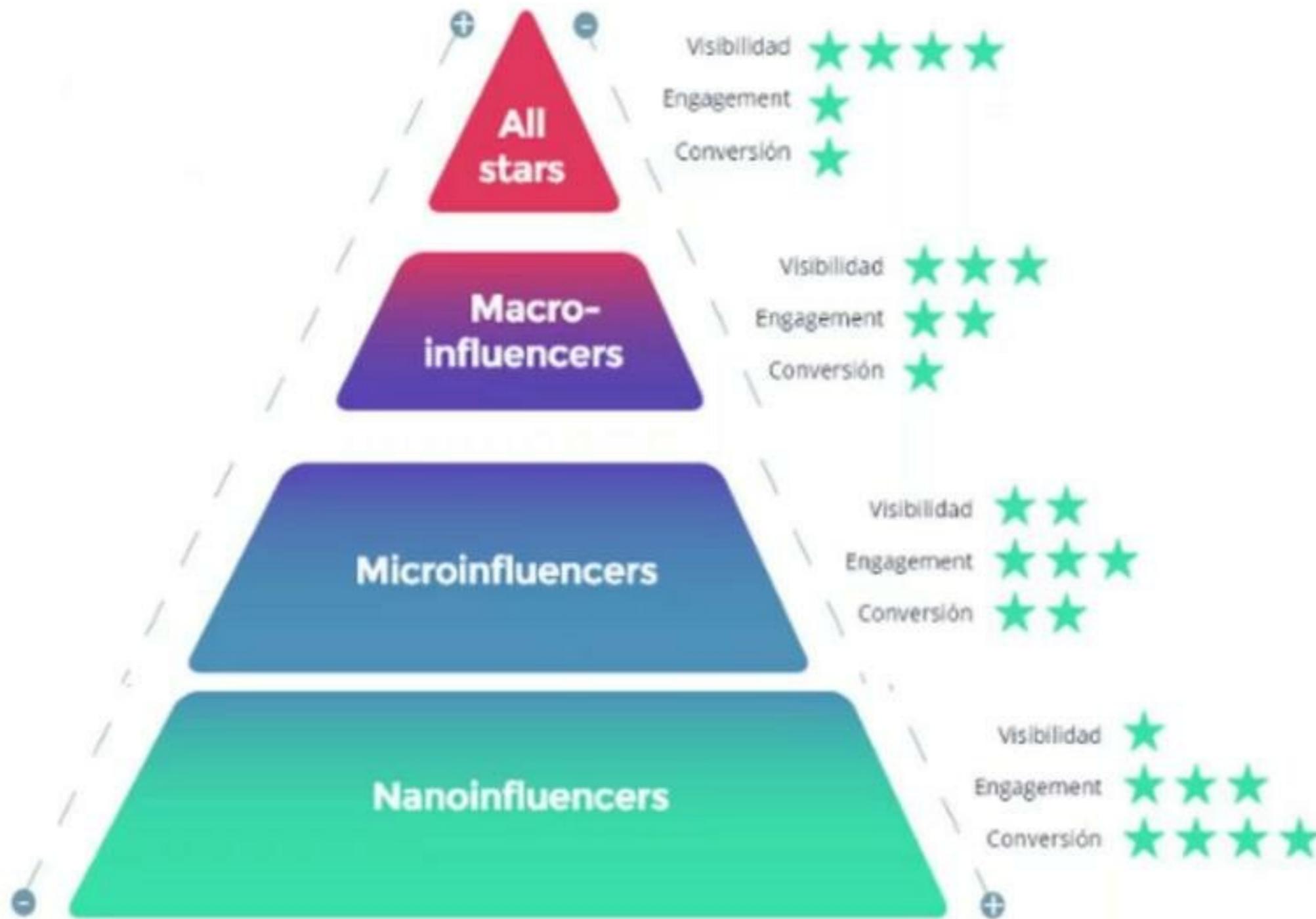
Tipos de Marketing: **Influencer Marketing.**

Enfocado en aprovechar a las personas que tienen influencia sobre los compradores potenciales y orientar las actividades de marketing en torno a estas personas para llevar un mensaje de marca al mercado más amplio.

Tipos de Marketing: **Influencer Marketing.**

Enfocado en aprovechar a las personas que tienen influencia sobre los compradores potenciales y orientar las actividades de marketing en torno a estas personas para llevar un mensaje de marca al mercado más amplio.

En el marketing de influencers, en lugar de comercializar directamente a un gran grupo de consumidores, una marca inspira o compensa a los influencers (*que pueden incluir celebridades, creadores de contenido, defensores de clientes y empleados*) para correr la voz en su nombre.



Tipos de Marketing: **Relationship Marketing.**



Tipos de Marketing: **Relationship Marketing.**

Se refiere a las estrategias y tácticas para segmentar a los consumidores para fidelizarlos.

El marketing relacional aprovecha el marketing de base de datos, la publicidad conductual y el análisis para dirigirse a los consumidores con precisión y crear programas de fidelización.



Tipos de Marketing: **Viral Marketing.**

Es un fenómeno de marketing que facilita y alienta a las personas a transmitir un mensaje de marketing.

Apodado "viral" porque la cantidad de personas expuestas a un mensaje imita el proceso de transmisión de un virus o enfermedad de una persona a otra.



Tipos de Marketing: **Green Marketing.**



Tipos de Marketing: **Green Marketing.**

Se refiere al desarrollo y gestión del marketing de productos que se presumen seguros para el medio ambiente (es decir, diseñados para minimizar los efectos negativos en el entorno físico o para mejorar su calidad).

Este término también se puede usar para describir los esfuerzos para producir, promover, empaquetar y recuperar productos de una manera que sea sensible o responda a las preocupaciones ecológicas.





sostenibilidad ambiental

es aquella que pone el acento en preservar la biodiversidad sin tener que renunciar al progreso económico y social

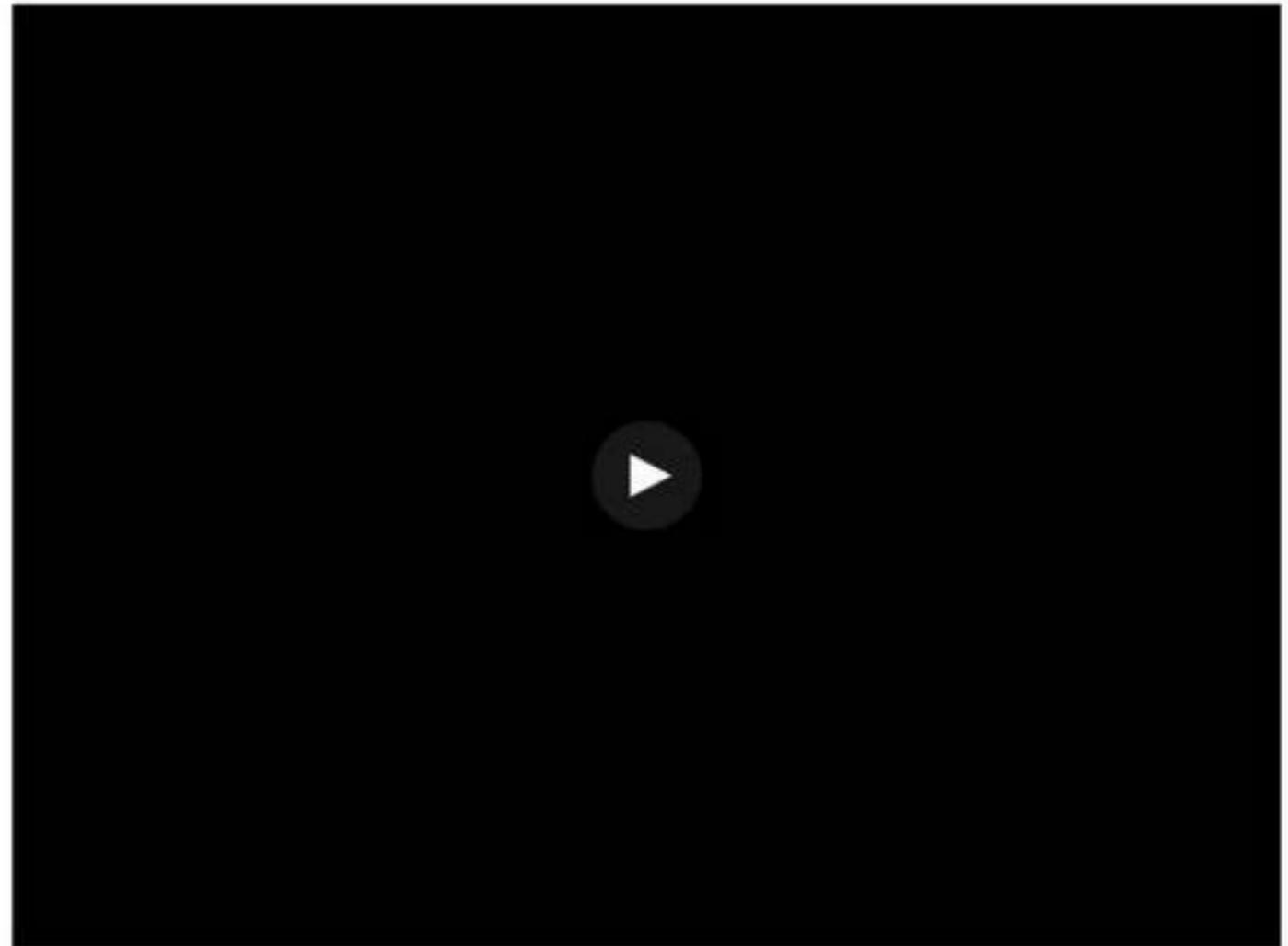
sostenibilidad económica

se encarga de que las actividades
que buscan la **sostenibilidad**
ambiental y social sean rentables

sostenibilidad social

busca la cohesión de la población
y una estabilidad de la misma.

Tipos de Marketing: **Guerilla Marketing.**



Tipos de Marketing: **Guerilla Marketing.**

Estrategia de marketing no convencional y creativa destinada a obtener los máximos resultados con los mínimos recursos.



Tipos de Marketing: **Guerilla Marketing.**

Estrategia de marketing no convencional y creativa destinada a obtener los máximos resultados con los mínimos recursos.



Tipos de Marketing: **Outbound Marketing.**

Nuevo término para el marketing tradicional acuñado cuando el término inbound marketing se hizo popular.

El vendedor inicia el contacto con el cliente a través de métodos como la televisión, la radio y la publicidad digital. A menudo se utiliza para influir en la conciencia del consumidor y la preferencia por una marca.



Tipos de Marketing: **Inbound Marketing.**



Tipos de Marketing: **Inbound Marketing.**

Es marketing en el que los clientes inician contacto con el comercializador en respuesta a varios métodos utilizados para llamar su atención. Estos métodos incluyen marketing por correo electrónico, marketing de eventos, marketing de contenido y diseño web.

Uno de los propósitos del inbound marketing, que incluye el marketing de contenido, es establecer el negocio como una fuente de información valiosa y soluciones a los problemas, fomentando así la confianza y la lealtad del cliente.





INBOUND



VS

OUTBOUND



Search Engine Optimization (SEO)



Tipos de Marketing: **Search Engine Optimization (SEO).**

Es el proceso de desarrollar un plan técnico/de marketing para mejorar la visibilidad dentro de uno o más motores de búsqueda.

Tipos de Marketing: **Search Engine Optimization (SEO).**

Es el proceso de desarrollar un plan técnico/de marketing para mejorar la visibilidad dentro de uno o más motores de búsqueda.

1. Técnicamente, SEO se refiere a garantizar que un sitio web pueda ser indexado correctamente por los principales motores de búsqueda e incluye el uso de palabras clave, contenido, código y enlaces adecuados.

Tipos de Marketing: **Search Engine Optimization (SEO).**

Es el proceso de desarrollar un plan técnico/de marketing para mejorar la visibilidad dentro de uno o más motores de búsqueda.

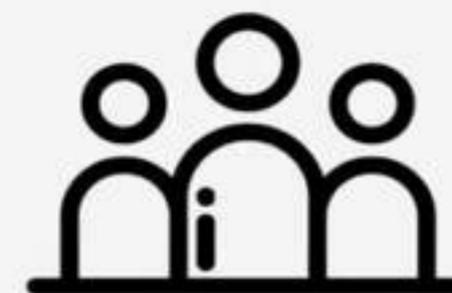
1. Técnicamente, SEO se refiere a garantizar que un sitio web pueda ser indexado correctamente por los principales motores de búsqueda e incluye el uso de palabras clave, contenido, código y enlaces adecuados.
2. En marketing, se refiere al proceso de identificar palabras clave específicas en las que el sitio debería “ganar” en las búsquedas. *Esto se puede hacer modificando un sitio web para obtener una buena puntuación en los algoritmos que utilizan los motores de búsqueda para determinar el rango, o comprando una ubicación con palabras clave individuales. A menudo, los programas de SEO son una combinación de varios elementos y estrategias.*

Tipos de Marketing: **Keyword Marketing.**

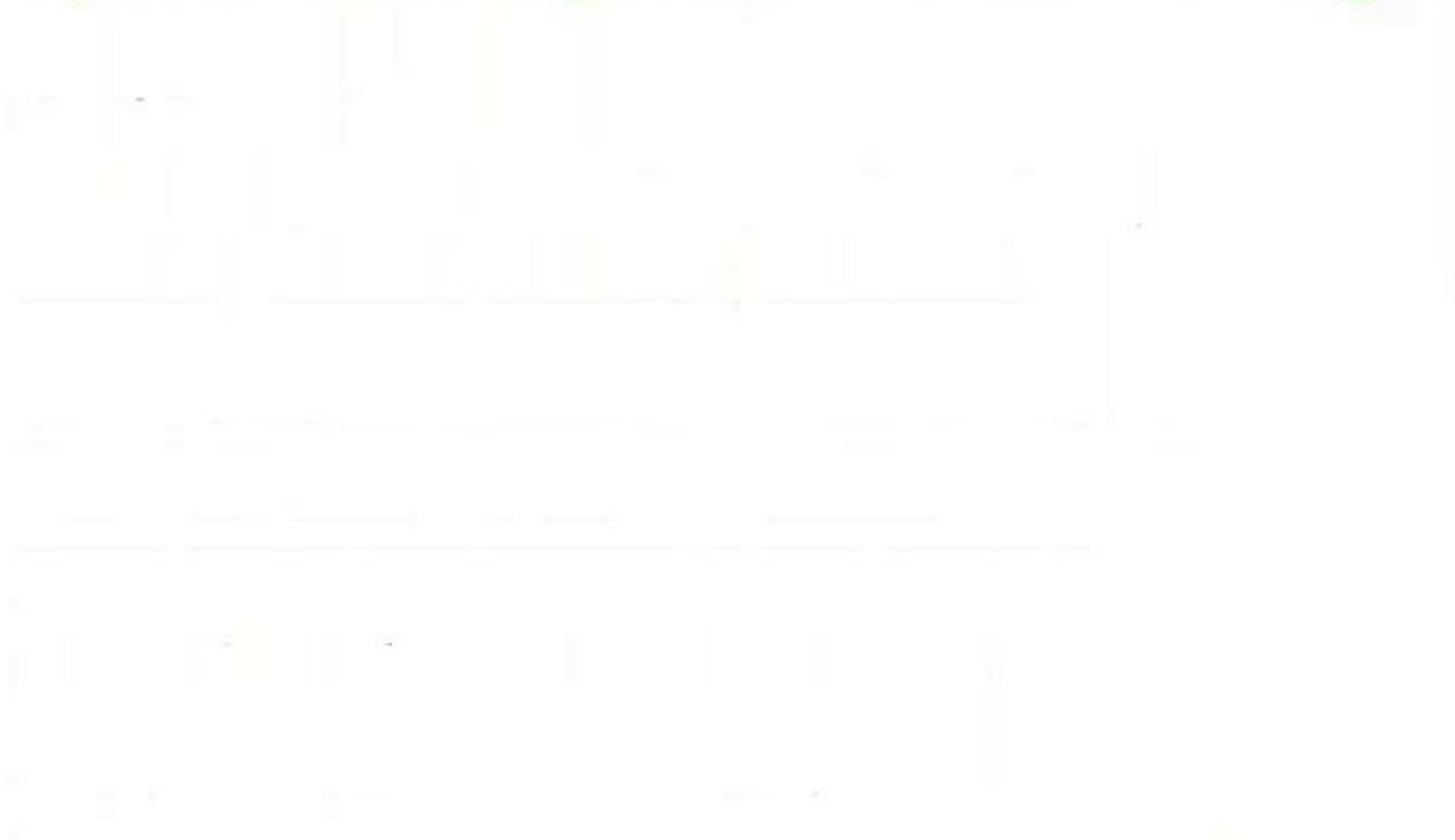
Consiste en colocar un mensaje de marketing frente a los usuarios en función de las palabras clave y frases específicas que utilizan para buscar.

Una ventaja clave es que brinda a los especialistas en marketing la capacidad de llegar a las personas adecuadas con el mensaje correcto en el momento adecuado. Da como resultado la colocación de un anuncio cuando el usuario introduce o dicta al buscador ciertas palabras clave, o frases completas.

En SEO, este término se refiere a lograr la primera posición en los resultados de búsqueda.



Tipos de Marketing: **Content Marketing.**



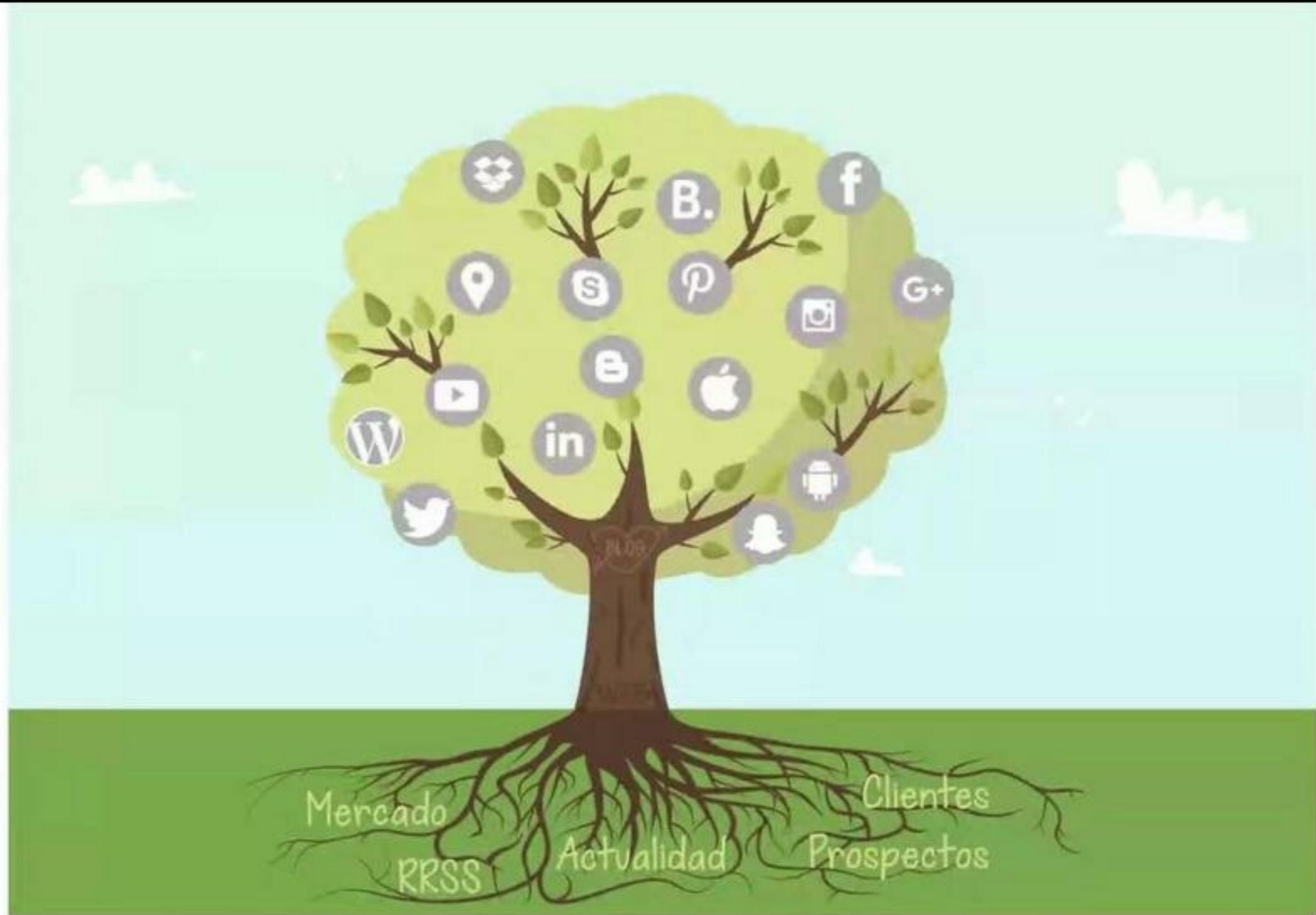
Tipos de Marketing: **Content Marketing.**

es una técnica de creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente para atraer y adquirir una audiencia claramente definida, con el objetivo de impulsar una acción rentable del cliente.

Tipos de Marketing: **Content Marketing.**

es una técnica de creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente para atraer y adquirir una audiencia claramente definida, con el objetivo de impulsar una acción rentable del cliente.

Según la Asociación de Anunciantes Nacionales (ANA), el marketing de contenidos involucra varios métodos para contar la historia de la marca. Cada vez más especialistas en marketing están evolucionando su publicidad hacia el marketing de contenido/narración de historias para crear más adherencia y vínculo emocional con el consumidor.



Tipos de Marketing: **Search Engine Marketing (SEM).**



Tipos de Marketing: **Search Engine Marketing (SEM).**

Es el aprovechamiento de la publicidad en internet, por la que se paga para aumentar la visibilidad del sitio web en los motores de búsqueda. SEM se usa habitualmente junto con estrategias SEO.

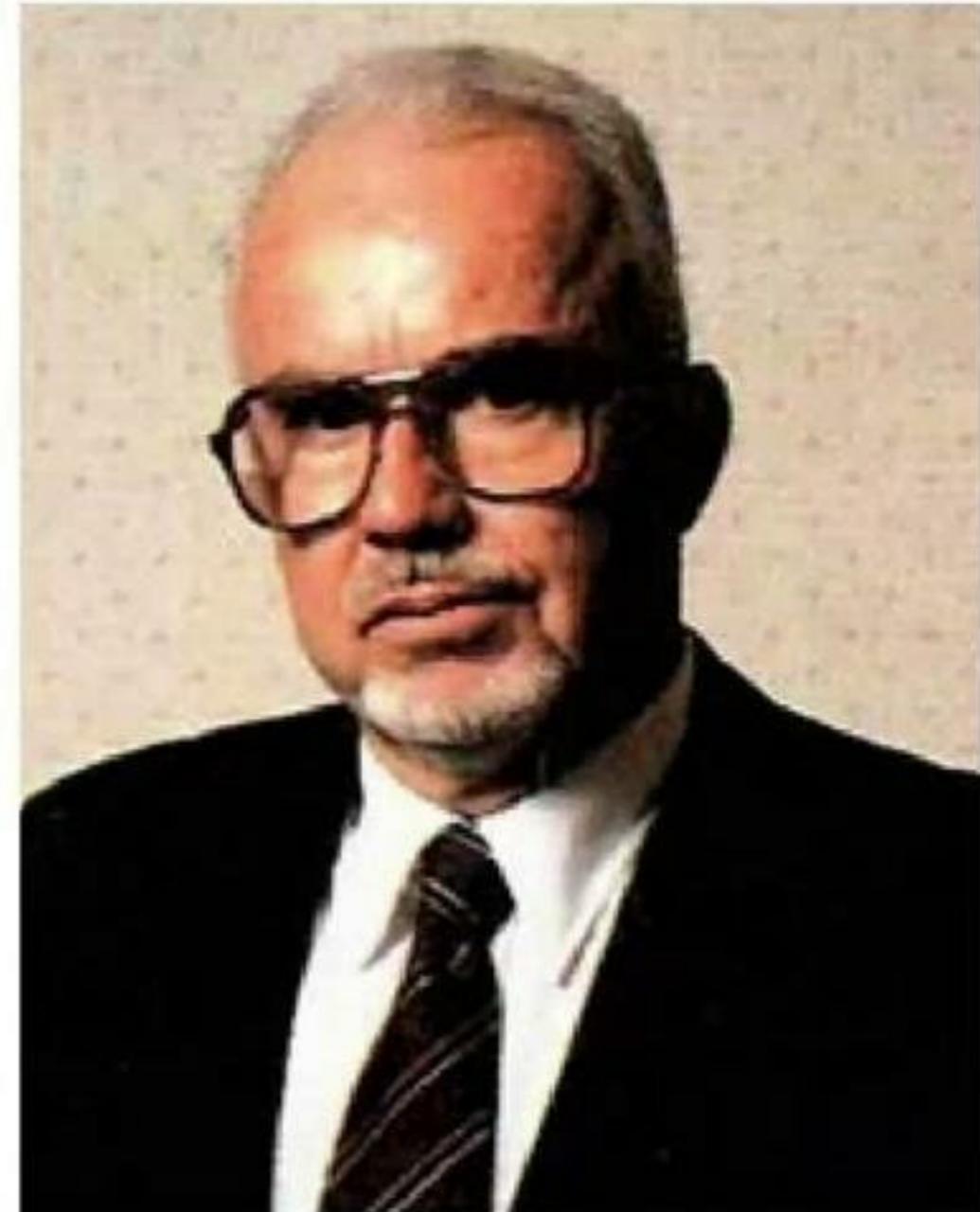


2.-Marketing Mix (*Las 4 p's del marketing*):

- Precio
- Producto
- Distribución
- Promoción

«Durante los últimos cinco años se ha producido nada menos que una transformación revolucionaria en el mercado de consumo en masa. De una sola unidad homogénea, el gran mercado ha pasado a una serie de mercados segmentados, fragmentados, cada uno de ellos con sus propias necesidades, gustos y estilo de vida»

Ken Schwartz
(1962)



4 Ps Marketing

Product

Price

Place (*or Distribution*)

Promotion



MARKETING MIX

(4Ps)



Producto

Un conjunto de atributos: características, funciones, beneficios y usos, susceptibles de intercambio o uso, generalmente una combinación de formas tangibles e intangibles.

- *Puede ser una idea, una entidad física (bienes), un servicio o cualquier combinación de los tres.*
- *Existe con el propósito de intercambiar en la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales.*

Si bien el término "productos y servicios" se usa ocasionalmente, producto es un término que abarca tanto bienes como servicios, y la actual ley de consumo, España, incluye contenidos digitales de forma específica.

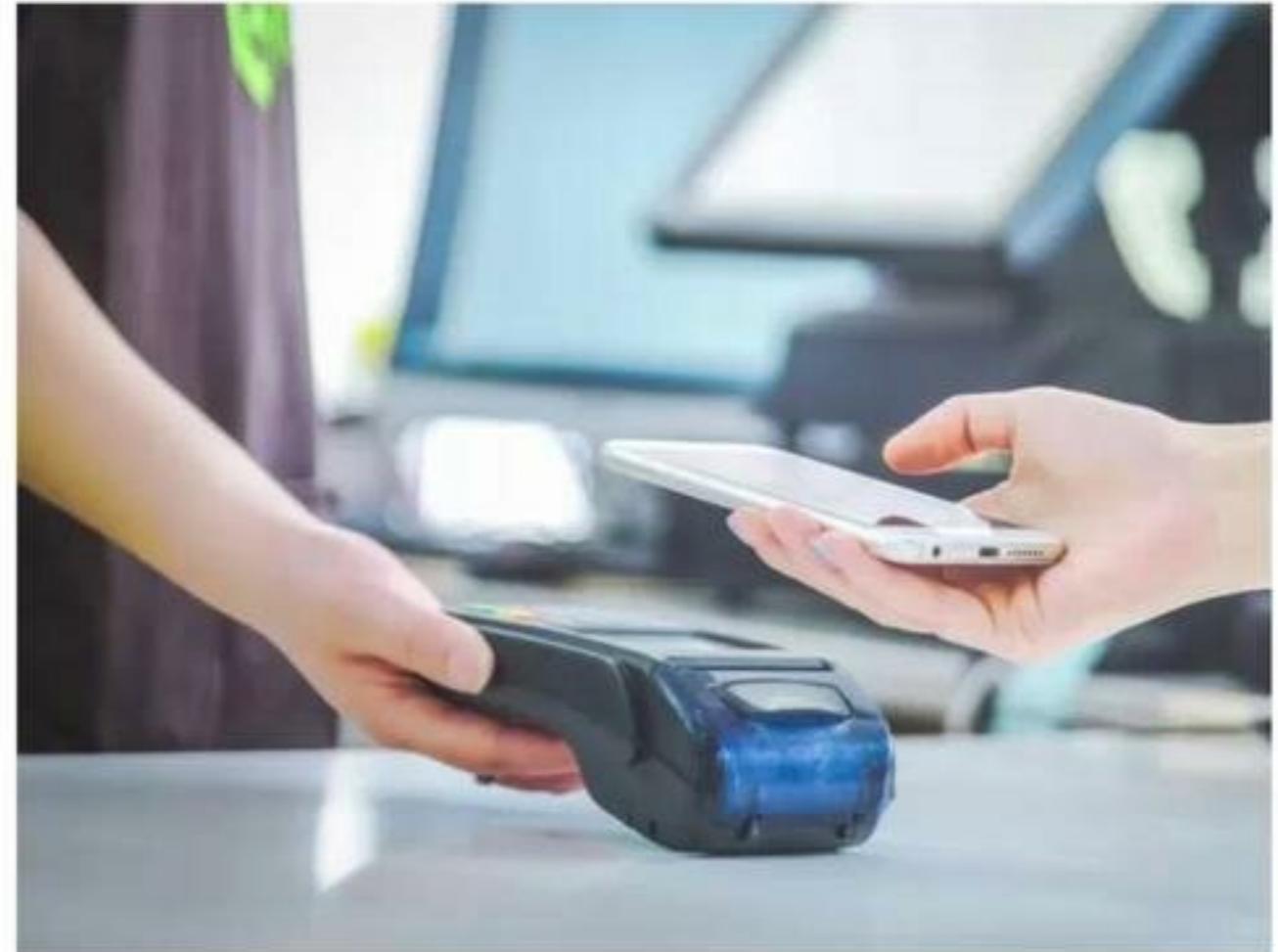
Producto: ciclo de vida.



Precio

Es la relación formal que indica la cantidad de dinero, bienes o servicios necesarios para adquirir una determinada cantidad de bienes o servicios.

Es la cantidad que debe pagar un cliente para adquirir un producto.



Lugar o distribución

La distribución se refiere al acto de comercializar y llevar productos a los consumidores. También se utiliza para describir el alcance de la cobertura de mercado de un producto determinado.



Promoción.

Según la Asociación de Anunciantes Nacionales (ANA), el marketing de promoción incluye tácticas que fomentan la compra a corto plazo, influyen en la prueba y la cantidad de compra, y son muy medibles en volumen, participación y ganancias.

Los ejemplos incluyen cupones, sorteos, reembolsos, primas, empaques especiales, mercadeo relacionado con una causa y licencias.



3.-Evolución del Marketing Mix.



VICA





DEFENDER



INGENIEROS INDUSTRIALES
PROFESIONALES DE ESTUDIOS



red.es



UNIÓN EUROPEA

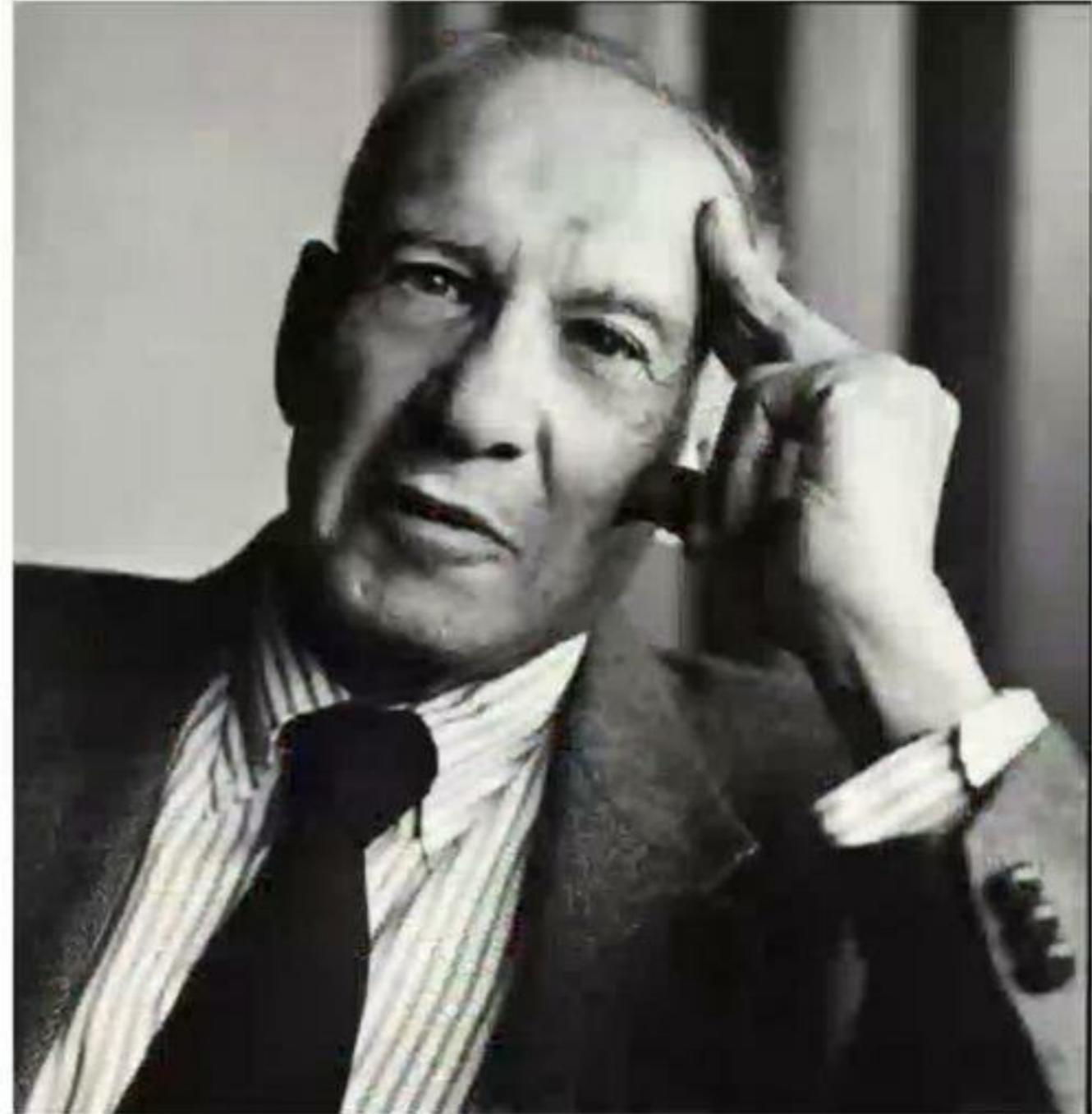


PREVENIR



“No hay nada
tan inútil como
hacer
eficientemente
algo obsoleto”

Peter Drucker



4 Ps Marketing

Product

Price

Place (*or Distribution*)

Promotion



5 Ps Marketing

Personal

Procesos

Presentación

Posicionamiento

Productividad

Herramientas digitales

4 Ps Marketing

Product

Price

Place (*or Distribution*)

Promotion



4 Cs Marketing

Cliente

Coste

Coste

Conveniencia

4Ps



4Cs

VS





“Nada de lo que hay en nuestra vida debe ser temido; solo debe ser comprendido”

Marie Curie



OFICINA
Acelera
pyme



**INGENIEROS
INDUSTRIALES**
PRINCIPADO DE ASTURIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

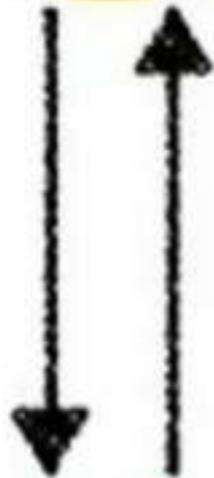
PUNTOS DE CONTACTO DIGITAL



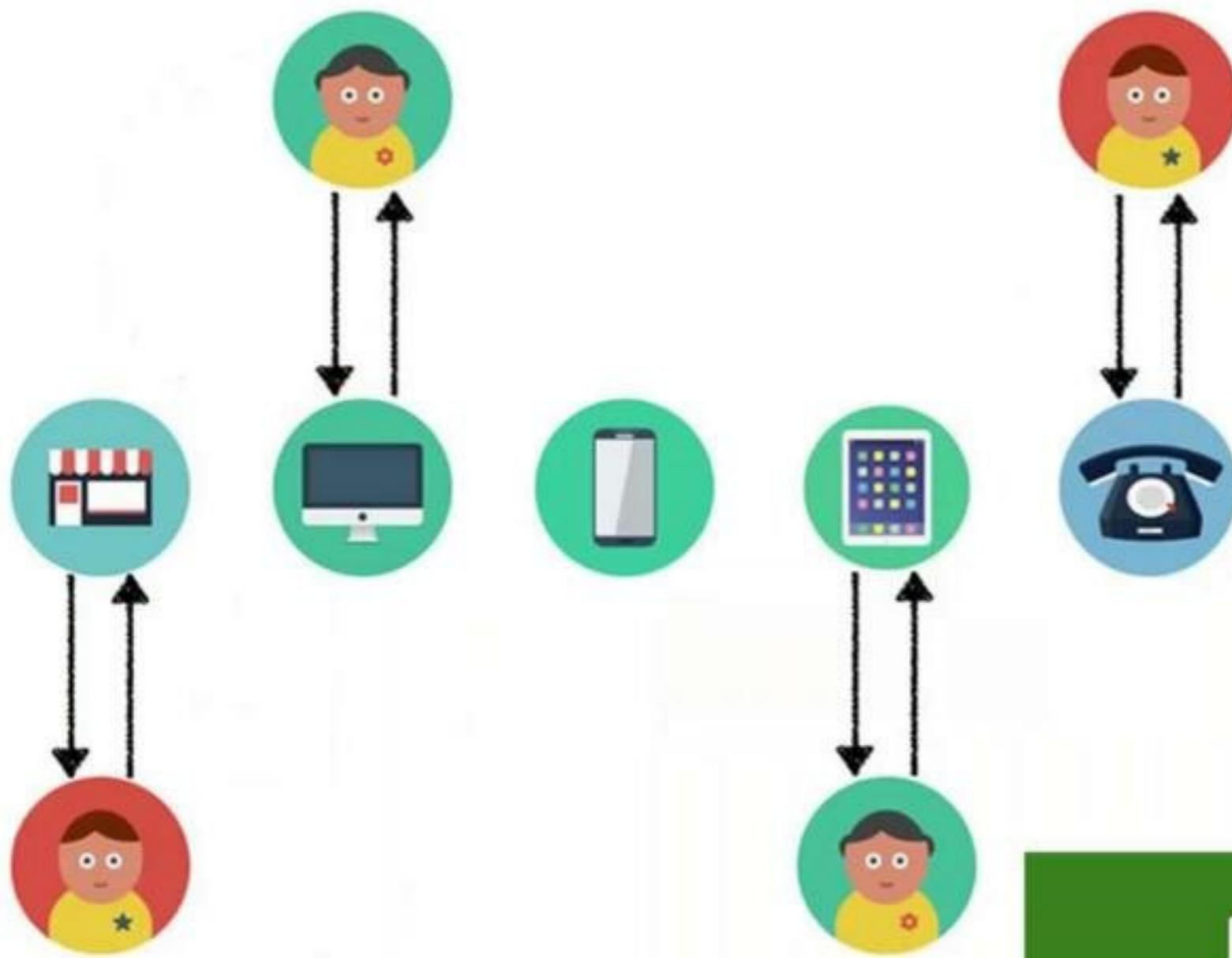
PUNTOS DE CONTACTO OFFLINE

- PUNTO GANADO
- PUNTO TRABAJADO

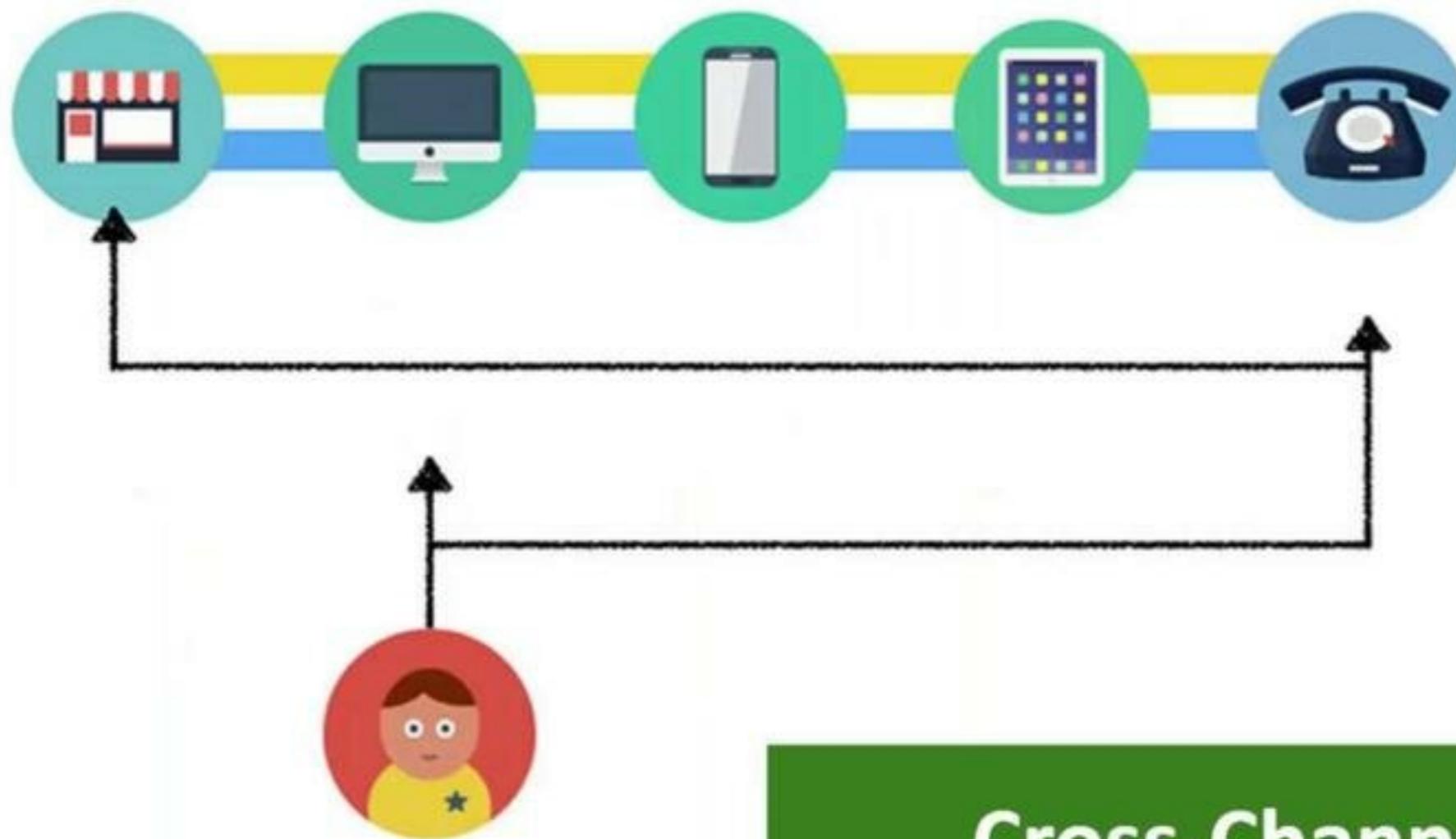




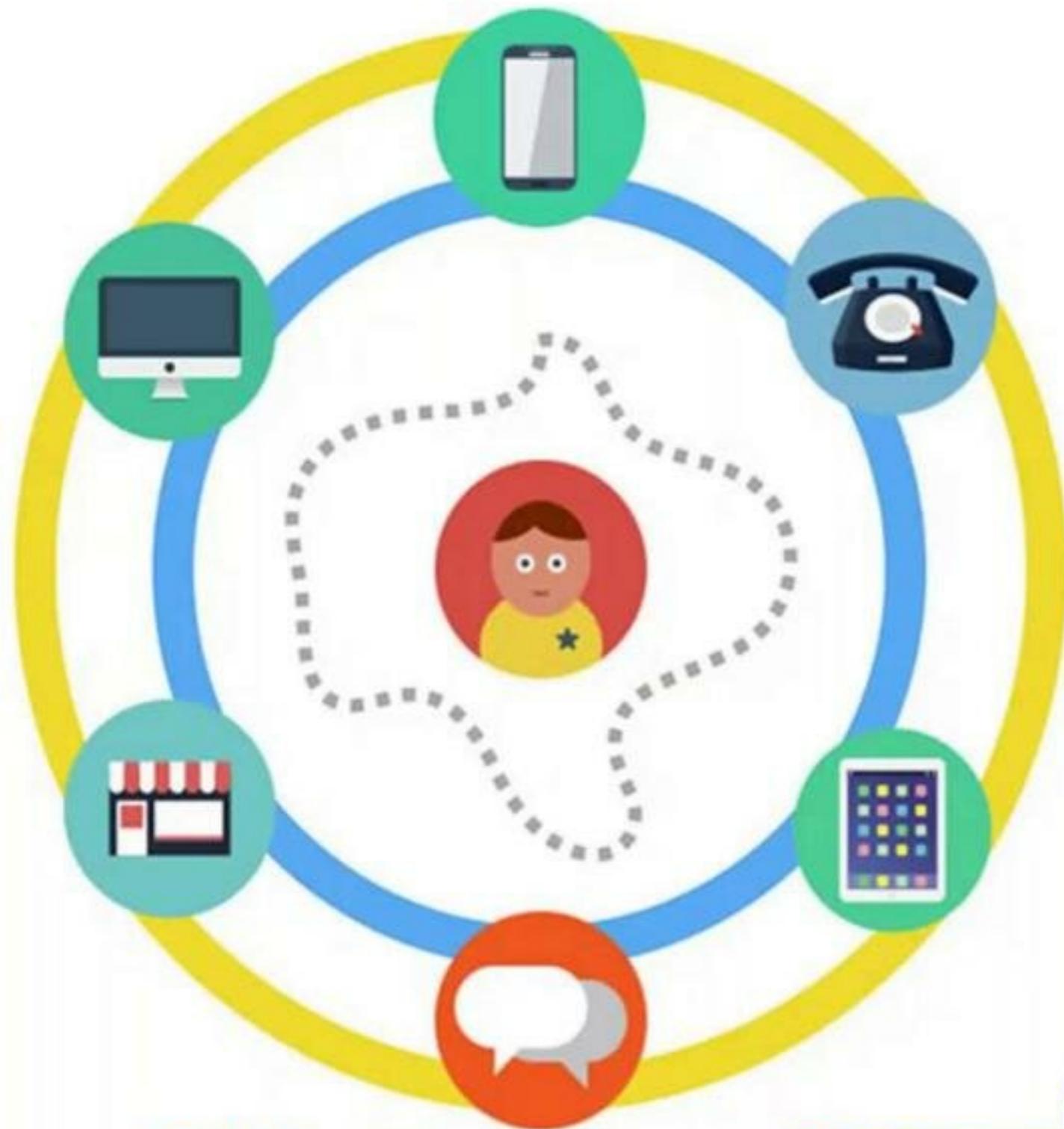
Single Channel



Multi Channel



Cross-Channel



OmniChannel

Omni-Channel

El nirvana del comercio, un punto de desarrollo para el retailer que le permite conectar con sus usuarios de una forma particular y *única: el usuario ya no es consciente de los canales de venta, y permitimos que mantenga una experiencia de compra uniforme a través de todos los canales. Le permitimos que avance en el proceso de compra esté en el canal que esté y en el momento que él prefiera. Los canales no son elecciones, si no distintas herramientas que pueden utilizar nuestros usuarios en función de sus necesidades.*



Gracias



**INGENIEROS
INDUSTRIALES**
PRINCIPADO DE ASTURIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

