

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Informe Especializado:

Marketing Digital



INFORME TENDENCIAS – FICHA SERVICIO

Marketing Digital

1. Línea del sector servicios a analizar

Sector Marketing Digital.

2. Descripción de la línea de servicios

Las características que se presentan en el sector de Marketing Digital son las siguientes:

Uno de los principales aspectos que se debe desarrollar para diferenciar el marketing digital del marketing tradicional, son las dos características claves de:

- **Personalización:** Ante la necesidad del usuario de obtener **información cada vez más personalizada**, las nuevas técnicas de marketing permiten que cada internauta reciba o se le sugiera automáticamente información sobre aquello en lo que está interesado y que previamente ha buscado o definido entre sus preferencias. De esta manera, es más fácil conseguir un **mayor ratio de conversión** (no necesariamente una venta) en el mundo online, que en el mundo tradicional¹.
- **Masivo:** Por mucho **menos dinero** que en el marketing off-line se puede llegar a un **gran número de usuarios que forman parte de tu público objetivo**. Por lo tanto, **las inversiones estarán mejor definidas** y el ratio de conversión será también mayor por esta razón.
- **Es de doble sentido, interactivo:** Un buen enfoque y una buena ejecución nos facilitará la interacción entre los consumidores y nuestra empresa uniendo ambos “mundos”
- **Es medible:** podemos desarrollar encuestas online para investigar el mercado, medir la satisfacción del cliente, etc., e incluso contestar las opiniones de nuestros consumidores en nuestras redes sociales.²
- **Es comunicador:** el nuevo enfoque de marketing digital propone llegar al consumidor bajo un medio sencillo, que exprese y pueda transmitir las ideas claras con las nuevas herramientas de tecnologías de la información.
- **Adaptable al cambio:** por el mismo hecho de ser digital se debe de adaptar a cualquier tendencia tecnológica y comunicar aprovechando las herramientas, consiguiendo adaptarse al constante cambio de mercado.

Entre otras características importantes tenemos que el Marketing digital busca:

- **Segmentación de mercado:** Se ha puesto un mayor enfoque en la segmentación dentro del marketing digital, a fin de dirigirse a mercados específicos, tanto de empresa a empresa como de empresa a los sectores de consumo.
- **Publicidad en línea:** Se refiere a la práctica de recoger información acerca de la actividad en línea de un usuario a través del tiempo.
- **Entorno colaborativo:** se puede establecer entre la organización, el proveedor de servicios de tecnología y las agencias digitales para optimizar esfuerzos, el intercambio de recursos, la reutilización y las comunicaciones.
- **Comunicación multicanal:** a través de redes sociales, comunicación radial, televisiva, entre otros.

3. Tendencias y perspectivas de mercado

- **Contenido atractivo dirigido a la persona adecuada**

Los marketeros han comenzado a utilizar tecnología como la segmentación basada en datos duros (Big Data) que ayudan a identificar a los usuarios con características determinadas y en un lugar específico.

- **Unión de múltiples puntos de contacto**

¹ Marketing Digital desde 0 (2015) en: <https://marketingdigitaldesde0.com/tag/caracteristicas-del-marketing-digital/>

² Estudio de mercado servicios marketing digital (2014) en: <http://www.prochile.gob.cl/documento-biblioteca/estudio-de-mercado-servicios-marketing-digital-estados-unidos/>

Los usuarios han diversificado la forma de comunicarse e informarse. Por eso, el mix de medios para alcanzar al cliente es más complejo que nunca e incluye redes sociales, buscadores, videos online, servicios de música vía *streaming*, *gaming*, y sitios web, además de los medios tradicionales.

- **Publicidad en línea en video será el formato de más rápido crecimiento**

El consumo de contenido en video es tan demandado por los usuarios móviles gracias al desarrollo de tecnología e infraestructura más avanzadas; mayor velocidad de transmisión, mayor cobertura, mejor calidad de pantallas en los dispositivos, nuevas aplicaciones, etc.

- **Header Bidding**

Es otra de las grandes transformaciones en la industria. También conocida como licitación anticipada o pre-licitación, es una técnica de programación avanzada en la que los editores ofrecen inventario a múltiples Ad-Exchanges de forma simultánea antes de hacer llamadas a sus servidores de anuncios.

- **Smart Tv con más protagonismo**

Hoy en día, las personas seleccionan activamente lo que quieren ver y lo que no, lo que brinda nuevas posibilidades para el ámbito de la publicidad: gracias al contenido sobre demanda, los publicistas pueden vender contenidos relacionados con el programa que están viendo los usuarios con un *targeting* específico.

- **E-Commerce**

Las tiendas online se consolidarán en un canal de ventas práctico y seguro para los consumidores, ayudando a que crezcan hasta un 79% en el 2017.

- **Video Vertical**

El video en formato vertical desafía a los viejos *marketers* de la mano de los millennials y principalmente la Generación z, para quienes el video en sus dispositivos móviles tiene más sentido en forma vertical, como lo sostienen habitualmente, que horizontal. Esta modalidad de video está avanzando firmemente y se espera que en 2016 sea oficialmente reconocida y formatos publicitarios acordes, existentes desde 2015, tomen protagonismo dentro de los planes de las marcas al momento de comunicar

- **El despliegue de Snapchat**

En 2017 veremos esta posibilidad extendida a otras cuentas y orientada a obtener más datos de los usuarios para una publicidad **más segmentada y basada, posiblemente, en la geolocalización.**

- **Realidad Virtual:**

Marketing enfocado a comerciales en realidad virtual, nuevas tendencias de animación para el Marketing.

4. Canales de comercialización y stakeholders

A continuación se presenta el siguiente grafico donde se mostraran los principales canales en los cuales se puede emplear el Marketing Digital, asimismo cabe mencionar que conviene priorizarlos sobre la base de nuestros recursos tanto humanos como económicos, porque no es práctico gestionarlos todos al mismo tiempo.

Grafico 4.1. Canales para emplear el marketing digital



Elaboración: Inteligencia Comercial PromPerú

Por otro lado existen otros canales con son unos de los más usados en el ámbito de comercialización de los servicios de Marketing Digital. Asimismo cada uno de estos canales facilita el desarrollo en el comercio de servicios.

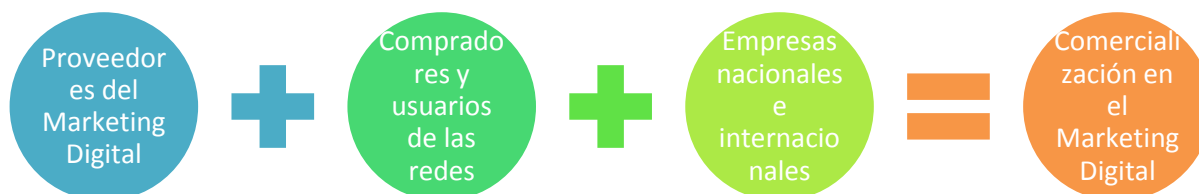
Grafico 4.2. Canales más usados en el marketing digital



Elaboración: Inteligencia Comercial PromPerú

Del grafico anterior podemos decir que existen algunos otros canales más usados en el Marketing Digital, y esto debido al acceso y costo. El boom de las redes sociales ha permitido que el Marketing a través de redes crezca de manera muy optimista, y se espera que continúe para el 2017.

Grafico 4.3. Los stakeholders del Marketing Digital



Elaboración: Inteligencia Comercial PromPerú

En proceso de comercialización del marketing digital, participan los proveedores de estos servicios, los compradores y usuarios que captaran las publicidades y tendencias ofrecidas por las empresas que pueden ser tanto nacionales como internacionales.

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
Expo Marketing 2016 (Perú)	http://expomarketing.pe/expomarketing2016/	21-22 de Junio	16 expositores	-
Dmexco 2016 Colonia: Feria y conferencia de marketing digital (Alemania)	www.dmexco.de	14 al 15 de septiembre 2016	-	-
Eventos Social Media y Marketing 2016 (España)	http://aulacm.com/eventos-social-media-marketing-online/	Ene- Nov 2016	30 expositores	-
E- Show Colombia	http://www.the-eshow.co/	26-27 de Oct 2016	Más de 80 expositores	-
E- Show Madrid	http://www.the-eshow.com/madrid/	21-22 de Sep. del 2016	Más de 80 expositores	-
E-Show Barcelona	http://www.the-eshow.com/barcelona/	16-17 de Marzo. del 2016	Más de 80 expositores	-
Futurizz 2017 Madrid	http://www.futurizz.com/	26-27 Abril del 2017	25 expositores	-

5. Ferias internacionales

Elaboración: Inteligencia Comercial PromPerú

6. Links de interés

- Marketing Digital 2016 en: <http://www.mdmarketingdigital.com/>
 - Marketing Digital para E-Commerce en <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=47BAAF5D-C7EA-4297-B0B5-886AA56F83CD.PDF>
 - Estudio de Mercado Servicios Marketing Digital en: <http://www.prochile.gob.cl/documento-biblioteca/estudio-de-mercado-servicios-marketing-digital-estados-unidos/>
 - Revista Académica 40 de Fiebre: Nuevas tendencias en el Marketing Digital en: <https://www.40defiebre.com/predicciones-tendencias-de-marketing-digital/>
 - Revista Académica Esic Editorial: Marketing Digital en: http://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_investigacion.php?tematica=777
 - Marketing Digital desde 0 (2015) en: <https://marketingdigitaldesdecero.com/tag/caracteristicas-del-marketing-digital/>
 - Estudio de mercado servicios marketing digital (2014) en: <http://www.prochile.gob.cl/documento-biblioteca/estudio-de-mercado-servicios-marketing-digital-estados-unidos/>
- Canales en el Marketing digital (2016) en: <http://codendigital.com/canales-marketing-digital/>