



**REVOLUCIÓN
DIGITAL 4.0**

www.cenakinaulaonline.com

HISTORIA DEL MARKETING

El marketing ha tenido hitos importantes en la cual se ha revolucionado la forma de publicitar, vender o comunicar.

En la historia, el marketing ha tenido hitos importantes en la cual se ha revolucionado la forma de publicitar, vender o comunicar. Desde los años 20 comienzan a aparecer los medios de comunicación masivos que aumentan el alcance de los mensajes y las empresas comienzan a crecer a un ritmo más acelerado.

HITOS COMUNICACIONALES



EN LOS AÑOS
20 APARECE LA
RADIO



EN LOS AÑOS 50
APARECE LA T.V.



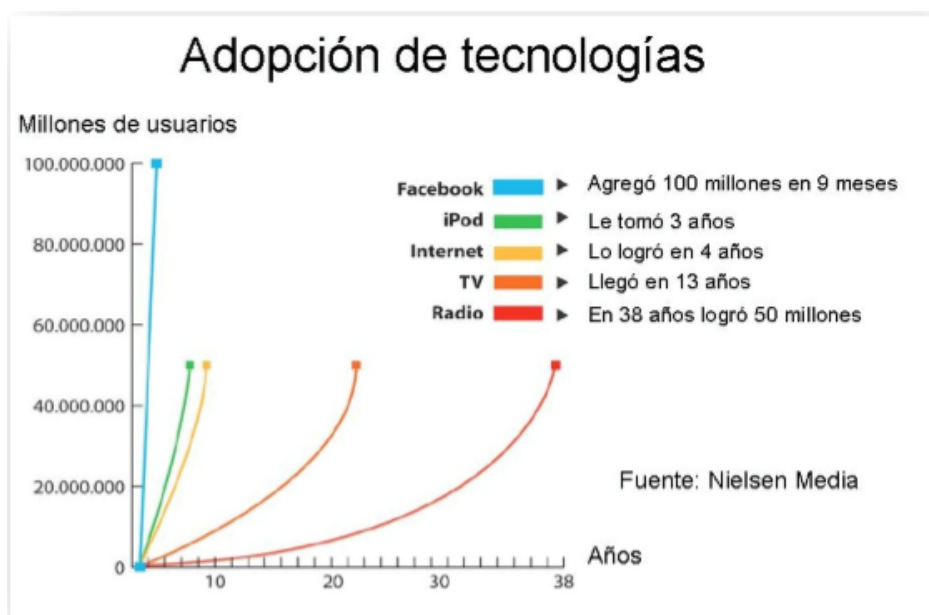
EN LOS AÑOS 80 (1988)
APARECE EL INTERNET

¿Qué medio comunicacional tiene actualmente el mayor alcance y Por qué? Responde en un máximo de 40 palabras.

Hitos de tecnología comunicacional

Este gráfico muestra la comparación entre diferentes medios comunicacionales y el tiempo que demoró en alcanzar los 50 millones de usuarios activos.

Si te fijas "Facebook" se aleja enormemente del resto de los medios de comunicación impactando enormemente en las formas como nos comunicamos y así en el marketing.

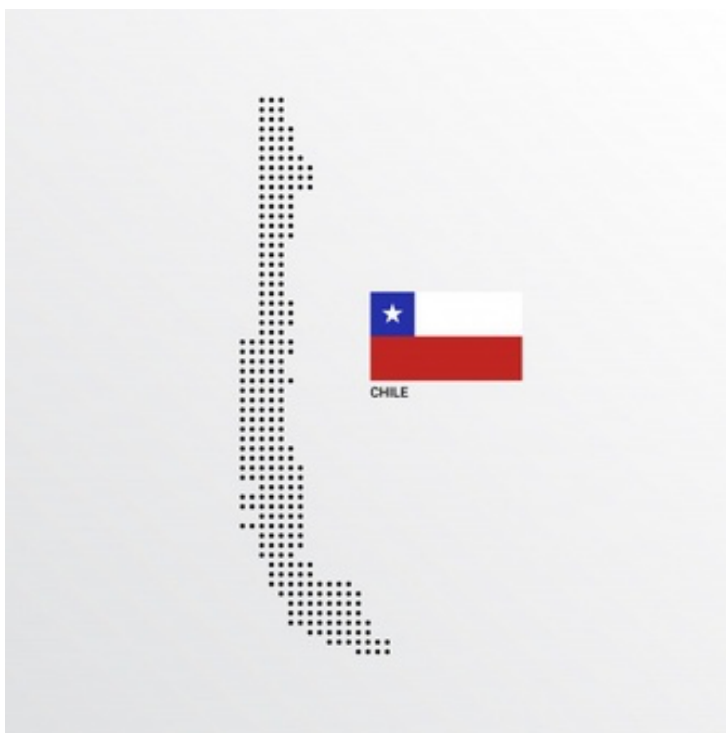


Inversión publicitaria en Chile

- 1.- En caso de Chile, nuestro país, tiene una menor participación comparada con Estados Unidos. (un 18,5% comparado al 30% que realiza U.S.A.)
- 2.- En 2019 la participación fue del 18,5%
- 3.- Un Crecimiento calculado del 71% anual.

ENTONCES reflexiona estas preguntas.

- 1.- ¿QUÉ SIGNIFICA ESTO?
- 2.- ¿HACIA DÓNDE VAMOS?
- 3.- ¿Por qué Chile no invierte tanto como U.S.A?



EL IMPACTO DE INTERNET EN EL MARKETING

Internet es el medio comunicacional más utilizado actualmente en sus distintos formatos de publicación.

Como vimos en el gráfico anterior, internet es el medio comunicacional más utilizado actualmente con sus diferentes formatos de comunicación. Algunos son: páginas webs, blogs, redes sociales, smartphones, tablets. Con un gran alcance (llega a muchas personas).

2.- En los inicios del Marketing digital este se proyectó en como un modelo tradicional, pero rápidamente se dieron cuenta que las personas tienen un comportamiento distinto en estos medios digitales

3.- Las ventajas de utilizar internet es que ayuda a emprendedores a comenzar con un presupuesto bajo, potencia el uso de aplicaciones, fomenta una nueva forma de comercializar (e-commerce) y rompe barreras geográficas para globalizar la venta.

4.- En si Internet tienen un alto alcance con bajo presupuesto y que potencia a pequeños emprendedores ayudando a su comienzo.

5.- Internet produce un cambio en el modelo de negocios y agrega elementos comunicacionales en sus productos y servicios.

EL IMPACTO DE INTERNET EN EL MARKETING

Se necesita interacción de los usuarios para mantener un alto nivel de visibilidad

6.- Comienza la digitalización de las empresas y emprendimientos y es fundamental como canal de comunicación y venta.

7.- Con los medios digitales es posible segmentar la audiencia, dirigir el mensaje, bajar los costos por contacto.

8.- Según E-Marketer 2018, la publicidad digital aumentará a 400 billones para el 2022 representando el 1/3 del total de la inversión publicitaria.

DIFICULTAD EN LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

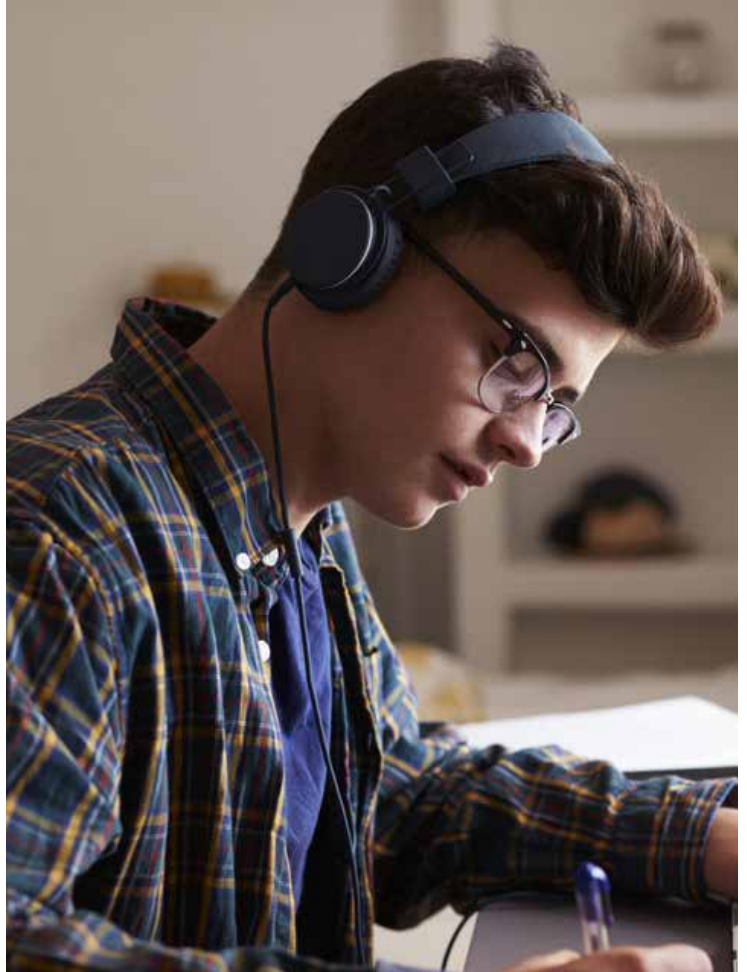
1.- En los medios digitales existen dificultades o barreras que impiden hacer las actividades por la falta de modelos y estrategias efectivas en cada medio digital, ya que estamos aprendiendo a incorporar estas nuevas formas de comunicación.

2.- Algo muy característico es cuando realizamos publicaciones con tácticas interruptivas que son fácilmente bloqueables por aplicaciones o extensiones, dificultando el alcance de los mensajes.

¿Cómo compra la gente por internet?

Para que entendamos mejor como los usuarios y clientes buscan productos y servicios en internet es importante saber cuales son los medios principales de búsqueda.

Buscadores en línea como Google y de ahí su importancia en el posicionamiento web. Buscan información en la blogosfera. Los blogs son pieza fundamental en el posicionamiento web orgánico. Usan las redes sociales: medios digitales más utilizados.



¿ES IMPORTANTE DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DIGITAL?

¿Sí o No? Responde esta pregunta.

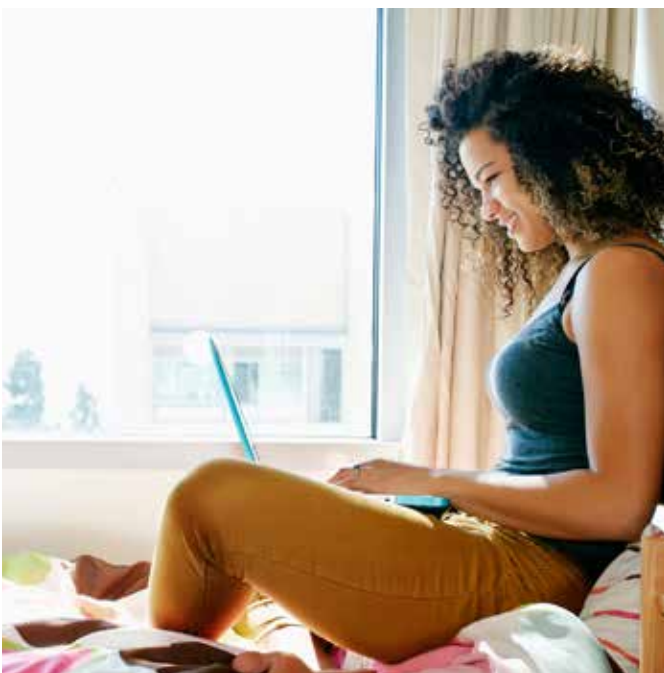
En resumen

¿Qué hace el marketing digital?

1.- POTENCIA EL ALCANCE DE LA PUBLICIDAD

2.- GLOBALIZA LAS VENTAS

3.- PERSONALIZA EL MERCADO Y LOGRA MICRO SEGMENTOS



CONCEPTOS BÁSICOS DE MARKETING Las 4 P's

E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing en 1960 con "las 4 P del marketing", que tienen la capacidad de explicar óptimamente cómo funciona el marketing en el concepto del marketing mix.

¿QUÉ ES EL MARKETING MIX? Es un análisis de la estrategia interna desarrollada comúnmente por las empresas con el objetivo de desarrollar una estrategia específica de posicionamiento (conocida dentro del público) de marca.

¿CUÁLES SON LAS 4P'S?

- 1.- PRECIO
- 2.- PRODUCTO
- 3.- PLAZA
- 4.- PROMOCIÓN

PRECIO: Se refiere al valor (Ejemplo : CL \$5.000) que tienen los productos o servicios . En el mundo del online es crítico este valor porque es comparable en distintas plataformas. Ejemplo: Trivago.com

PRODUCTO: Es la propuesta de valor del servicio o producto y que satisfacen una necesidad de un grupo o mercado. Son beneficios tangibles que dejan una genuina percepción de valor. Ejemplo: "Iphone 11" es un producto a la vanguardia en innovación y estatus social.

PLAZA: Aquí tenemos a la distribución del producto o servicio, esto es como llega a las manos del consumidor. En el Marketing Digital es el Internet, ya que este es el vehículo como llega la información a los usuarios. Ejemplo: Amazon tiene su plataforma web de ventas de productos.

PROMOCIÓN: Es la difusión (dar a conocer) de los productos o servicios con distintos objetivos. Se realizan en las siguientes plataformas como: páginas webs, e-mail, Redes Sociales, posicionamientos webs, Banners, mobile marketing (marketing en smartphones) buscando datos como: leads (datos de contacto), cotizaciones, nuevos clientes, fidelización, entre otras.

Ejemplo: Una empresa de capacitaciones promociona o difunde sus contenidos en página web, redes sociales de facebook e instagram.



ACTIVIDAD

Completa el siguiente ejemplo de una empresa ficticia.

Un e-commerce vende artículos de tecnología en este caso tenemos al Smart watch de Apple. Para ello tiene un objetivo de vender 100 unidades en 3 meses. Responde las siguientes preguntas.

1.- PRECIO: Tiene un valor es de CL\$300.000 y será subido a la página de mercadolibre.com, como también a _____.

2.-PRODUCTO: La propuesta de valor es usar este artículo de lujo como estatus social y, también, para _____.

3.-PLAZA: Se distribuirá con embajadores de venta presencial y en _____.

4.- PROMOCIÓN: Daremos a conocer este producto en nuestras página web www.articulostecnologicos.cl y en las siguientes redes sociales como: _____.



ETAPAS DE LA VENTA DIGITAL



Para entender el proceso de compra y venta es importante entender el concepto de "MOMENTO ZERO DE LA VERDAD". Vea la siguiente imagen durante 3 minutos y analice que dice.

En un proceso de venta existen distintas etapas:

Etapa 1: El estímulo se refiere a cuando los clientes o usuarios ven el producto o servicio, como en un comercial por redes sociales.

Etapa 2: Cuando las personas se acercan a una tienda, ven los diferentes productos o servicios y compran, esto se llama "primero momento de la verdad".

Etapa 3: Cuando los clientes usan el producto o servicio y tienen una experiencia con este.

EL MOMENTO ZERO SE REFIERE A CUANDO EL CLIENTE AVERIGUA POR TODOS LOS MEDIOS DIGITALES DETALLES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS ANTES DE COMPRAR.

ANTES DE FINALIZAR TE MOSTRAREMOS 2 IMÁGENES DONDE APARECERÁN

- 1.- EL VIAJE DEL CONSUMIDOR.
- 2.- LAS ETAPAS PARA UNA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES.

ETAPAS DEL PROCESO DE COMPRA

ESTÍMULO DE LA COMPRA

- 1.- ANUNCIOS EN GOOGLE
- 2.-ANUNCIOS RRSS
- 3.-PÁGINAS WEB
- 4-CORREOS ELECTRÓNICOS
- 5.-ANUNCIO YOUTUBE
- 6.-OTROS

1

AVERIGUA SOBRE LA MARCA Z.M.O.T.

2

PÁGINA WEB EMPRESA

REDES SOCIALES

BLOG EMPRESARIAL

RECOMENDACIONES

COMPETENCIA

LLAMADA O E-MAIL

3

CONTACTOS



+ 56 9 48567157



WWW.CENAKINAULAONLINE.COM



ADMISIONCENAKIN@GMAIL.COM



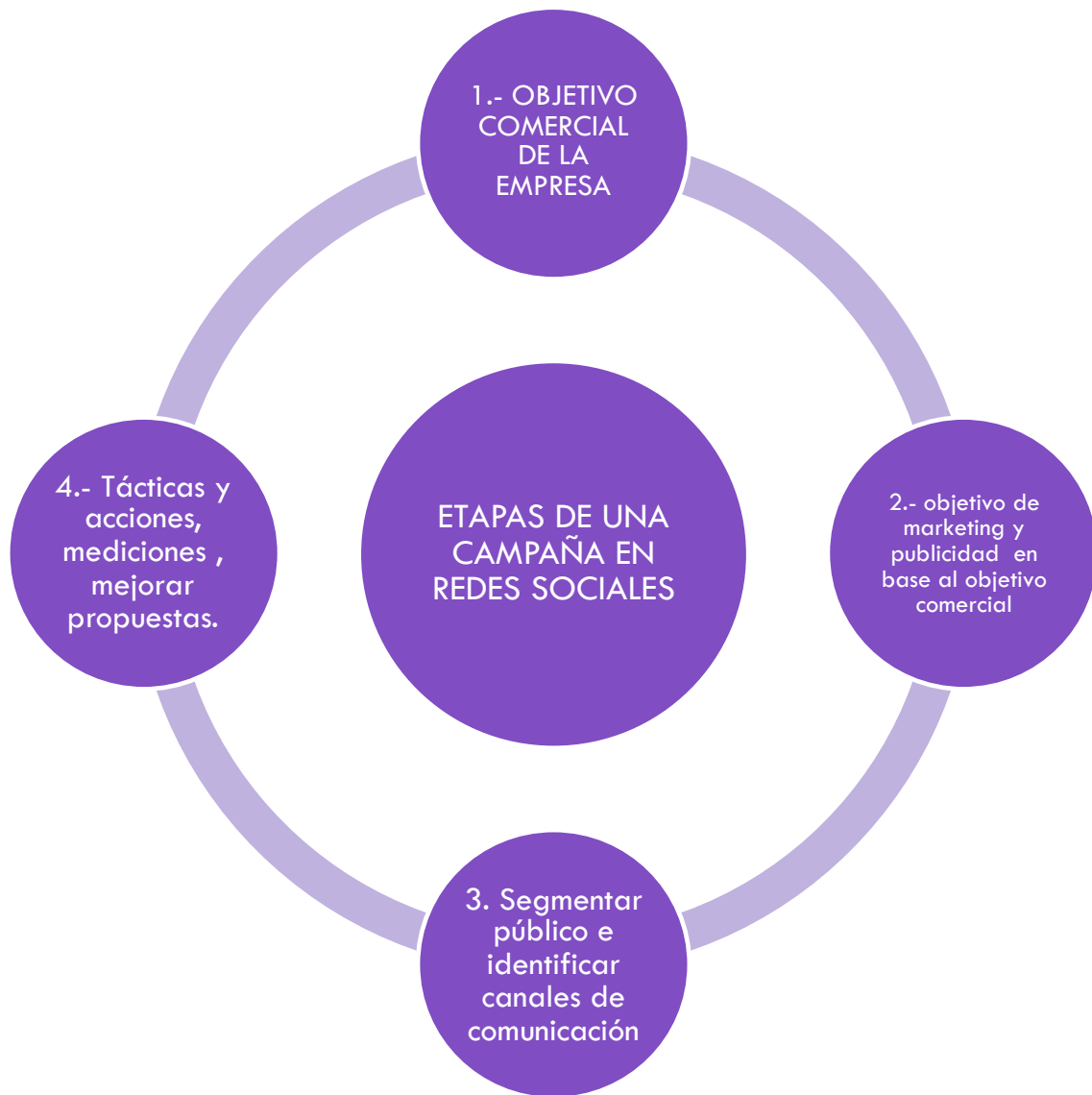
@CENAKINDIGITAL



@CENAKIN_DIGITAL

ACREDITACIÓN

LAS ETAPAS PARA UNA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES



CONTACTOS



+ 56 9 48567157



WWW.CENAKINAULAONLINE.COM



ADMISIONCENAKIN@GMAIL.COM

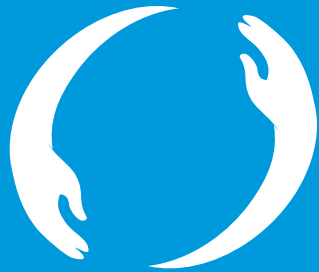


@CENAKINDIGITAL



@CENAKIN_DIGITAL

ACREDITACIÓN



cenakin