

I Congreso Internacional de MARKETING Y GESTIÓN EMPRESARIAL



OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA EN MEDIOS SOCIALES Y SU APROVECHAMIENTO EN EL EMPRESARIADO DE LA CIUDAD DE MILAGRO



Expositores:

Ing. Ely Israel Borja Salinas, Msc

Ing. Liz Ivette Borja Mora, Msc.

- La era tecnológica avanza a pasos agigantados en la actualidad. Debemos de avanzar con ella y sacar ventaja para el crecimiento de nuestra actividad empresarial.
- El Marketing Digital manifiesta que hay que crear una sensación de abundancia y de escasez para que los usuarios tomen decisiones de compras impulsivas y efectivas.
- Las redes sociales digitales, son un servicio basado en una plataforma web, que les permite a las personas poder crear un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado o abierto, y esto además puede desencadenar a una nueva red de amigos en la cual puedes intercambiar información (Boyd y Ellison, 2009)

- La rapidez combinada con la facilidad de comunicarse con una audiencia masiva, mediante un fuerte deseo de autoexpresión se ha convertido en un papel muy importante y decisivo en el inmenso mundo virtual (Series, 2008)
- Las empresas que no están en las redes sociales hoy en día, reducen automáticamente sus oportunidades de crecimiento, su ventaja competitiva y su credibilidad. El estar presente en las redes sociales es sinónimo de estar al día (Velasco, 2012)
- Las empresas buscan a través de la publicidad conseguir notoriedad de su marca, dar a conocer las ventajas de sus productos y la manera correcta de usarlos, así como desarrollar motivación de compra en los consumidores (Zúñiga, 2011)
- Mercadotecnia en medios sociales o Social Media Marketing (SMM) combina los objetivos de mercadotecnia en Internet con medios sociales como foros web, blogs, revistas, agregadores de contenidos, sitios de intercambio de contenidos social y muchos otros.

Objetivos de la Mercadotecnia en Redes Sociales

Los objetivos de la mercadotecnia de medios sociales serán diferentes para cada empresa, sin embargo la mayoría abarca la forma de mercadotecnia viral para crear una idea, posicionar una marca, incrementar la visibilidad e incluso vender un producto.

Entre sus objetivos principales están:

- Vender una imagen además de productos y servicios
- Conectarse con los compradores/ consumidores para entenderlos
- Llegar al mercado correcto y no desperdiciar recursos
- Crear un contenido original y llegar al posicionamiento
- Adaptarse a las nuevas tendencias y crear innovación en los mensajes

Modelo de Plan de Marketing

Plan de Marketing: es un plan de acción usado como guía para las actividades de marketing de cualquier organización, por un periodo igual o superior a un año.

Innovar en el modelo del marketing es tan importante como la innovación de la idea de su producto o servicio.



**la Creatividad,
la Percepción,
la Imaginación,
la Originalidad y
la Flexibilidad.**



Las Redes Sociales

- No debemos de pensar solo en las características y bondades del producto o servicio que ofrecemos SINO en las necesidades de nuestros clientes y como llegar a ellos.

La encuesta de las condiciones de vida realizada por INEC refleja que cerca de cinco millones de ecuatorianos encuestados el 98% tiene Facebook. A nivel mundial sobrepasan los 1,350 millones de usuarios activos. Seguido de Twitter, Youtube, WhatsApp entre otros.

Extraído de:

<http://www.elcomercio.com/tendencias/facebook-redessociales-ecuador-inec-usuarios.html>

Encuesta a empresarios – Milagro (2015)

¿Qué medios utiliza para hacer publicidad de su negocio?

ALTERNATIVAS	No.	%
Televisión	4	3%
Radio	17	11%
Prensa Escrita	21	14%
Perifoneo	15	10%
Redes Sociales	17	11%
Volantes	4	3%
Tarjetas	23	15%
Ninguna	53	34%
TOTAL GENERAL	154	100%

¿Posee una cuenta para publicitar su negocio?

ALTERNATIVAS	No.	%
Facebook	36	23%
<u>Twitter</u>	5	3%
<u>Instagram</u>	8	5%
Ninguna	105	68%
TOTAL GENERAL	154	100%

¿Realiza estrategia de Publicidad diferenciada?

ALTERNATIVAS	No.	%
Siempre	16	10%
Casi Siempre	11	7%
Muchas veces	5	3%
Pocas veces	38	25%
Nunca	84	55%
TOTAL GENERAL	154	100%

¿Se comenta mucho de su negocio en las redes sociales?

ALTERNATIVAS	No.	%
Siempre	8	5%
Regularmente	29	19%
A veces	11	7%
Nada	106	69%
TOTAL GENERAL	154	100%

Tomado de: Peláez & Borja (2015)

- La pregunta que se hacen los empresarios de la ciudad de Milagro es:

¿ Por qué no crece mi negocio?
¿Qué gano con ese internet y pautar ahí?



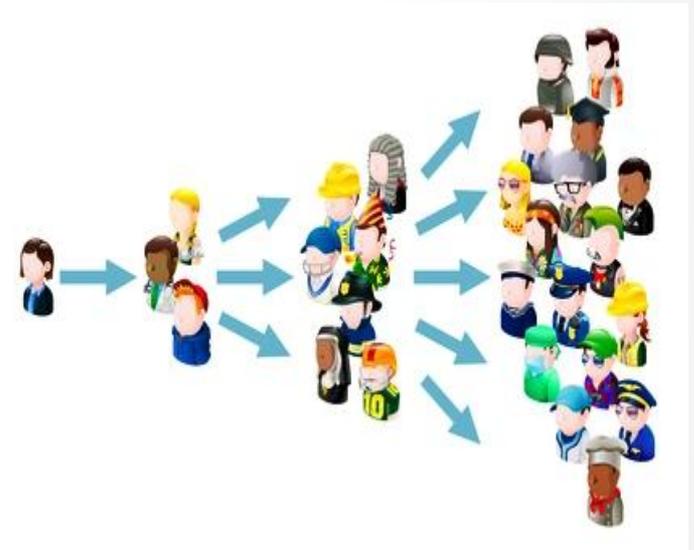
- Esa es la diferencia de los que avanzan y crecen mas rápido que están innovando y se involucran en la tendencia de la tecnológica.

La pregunta es: ¿En cuál red debo aplicar mi anuncio?

- Toca seguir la ola de la tendencia. Un anuncio en las redes sociales o también marketing digital llega en fracciones de segundos a un sinnúmero de usuarios y estos a su vez lo direccionan a otros, sobrepasando fronteras de manera imaginable.



Estrategia de Marketing Digital



PLAN

MODELO

OPORTUNIDAD

IDEA



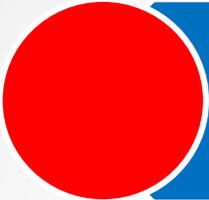
Segmentación de la Publicidad

Se debe de definir la segmentación de Publicidad por criterios :

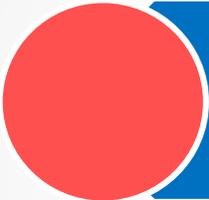
- Geográfico, género, edad, estado civil, horarios en las redes, hobbies asociados, gusto de colores etc.



Conclusiones



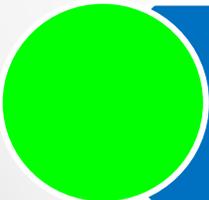
Publicaciones desde cuentas personales obstaculizan la fidelización de los clientes



Mercadotecnia en la Redes Sociales nos da la posibilidad de captar más cuota de mercado



Llegamos a más clientes dando la notoriedad a nuestros servicios y aumentando su necesidad



Usar las redes sociales aumenta la fuente de información para formar estrategias