

## Marketing estratégico, plan de marketing y marketing online



El marketing estratégico **busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes**, localizar nuevos nichos de mercado, **identificar segmentos de mercado potenciales**, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados. En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables, no solo de nuestra empresa sino también de la competencia en el mercado. En este contexto las empresas en función de sus recursos y capacidades deberán formular las correspondientes estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia aportando valores diferenciales.

### Marketing estratégico y plan de marketing

**El plan de marketing es la herramienta básica de gestión** que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Este no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan global de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados



El plan de marketing proporciona una **visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir** en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer.

### Marketing online

El plan de marketing online es un documento que recoge **los objetivos y las estrategias** de una empresa en el entorno digital. Sirve para trazar una línea con los pasos a seguir para alcanzar unas metas determinadas, ya que siempre responde a dos preguntas: **¿Qué quiero conseguir?** y **¿Cómo puedo conseguirlo?**

Con el plan de marketing online te ayudaremos con:

**Análisis de situación:** diagnóstico del estado en el que se encuentra tu empresa. Para ello es esencial realizar un **análisis externo**

que contextualice y sirva de marco de referencia, y un **análisis interno** que audite al detalle la presencia online de tu empresa:

Estudio de los aspectos más relevantes y las **tendencias** del mercado online donde está tu empresa. Análisis de competidores.



Análisis de sus estrategias y acciones más relevantes en el terreno online (*Best practices*).

Auditoría Web y de los canales de comunicación (Social Media) para poder hacer una radiografía de la presencia online de tu empresa. Ver aspectos como el posicionamiento en buscadores (SEO), la usabilidad, la navegabilidad, el diseño y la arquitectura web. Especial atención a las métricas propias de los diferentes canales de Social Media.

La matriz DAFO para identificar las **debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades** online.

Objetivos de marketing online : los objetivos de marketing online tienen una relación directa con los objetivos generales de tu negocio y con el resto de objetivos offline que te hayas planteado. En consecuencia, **tienen que ser coherentes con la estrategia general y con los objetivos globales**. Los objetivos de un plan de marketing online deben ser: **específicos, medibles, factibles, realistas y con unos plazos razonables**. Una recomendación extendida es empezar a formular los objetivos con un verbo y limitarlos a 5.

Estrategias y tácticas de marketing online: tenemos gran número de estrategias y tácticas útiles para alcanzar unos determinados objetivos. El secreto es agrupar los objetivos según busquen **atraer, convertir o fidelizar** a tus clientes target ya que en base a ello te resultará más fácil determinar qué táctica es la más adecuada.

**Medición de KPIs y mecanismos de control:** La **evaluación de resultados** es una fase crucial en toda estrategia de marketing online, ya que permite conocer el grado de cumplimiento de los objetivos fijados y reorientar las acciones en caso necesario.

¿Necesitas más información? Te ayudaremos a encontrar los mejores resultados de tu Plan de Marketing.