



**INFORCAL**

INSTITUTO DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN LABORAL

# FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL

*Lección 4*

**Estrategias del Marketing  
Digital**



Las **estrategias del marketing digital**, bien sean básicas o avanzadas, nos apoyan a tener un reconocimiento de la marca y por supuesto un mayor número de clientes.



**Es la hoja de ruta** sobre la que trazarás el camino hasta el **cumplimiento de objetivos** de tu departamento de marketing , ya sea conseguir leads, aumentar la visibilidad de tu marca, abrir tu empresa a otros mercados, fidelizar clientes o cualquier otro objetivo que hayáis determinado.

**“Contar con una estrategia de marketing te hace la vida más fácil”**



## ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

Permitirá dividir y enfocar así las campañas a una audiencia determinada o a segmentos de personas determinados.



INFORCAL  
INSTITUTO DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN LABORAL



## TIPOS DE SEGMENTACIÓN

01

### INDIFERENCIADA

Es una estrategia de marketing **masivo**, intentando conseguir más impresiones y clientes

02

### DIFERENCIADA

Se enfoca en diferentes grupos y en establecer diferentes estrategias de marketing para cada uno de dichos grupos.

03

### CONCENTRADA

consiste en escoger solo uno de los segmentos del mercado, el que más interese a la empresa (probablemente, aquel que más se ajuste a su buyer persona ideal). Esto reduciría los costes y los esfuerzos de la campaña



## ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO O BRANDING

Tiene como objetivo final dibujar en la mente del consumidor la imagen de marca que hayamos definido. Hacer que el usuario nos conozca y nos identifique como una marca con un estilo y valores concretos.



**INFORCAL**  
INSTITUTO DE FINANZAS Y GARANTÍAS AL FIANCIADO

## ¿Por qué soy la mejor opción?

Deberás definir la necesidad de tus clientes que estás cubriendo con tus productos y por qué tu relación calidad precio es la mejor (incluso aunque tu producto sea más caro, la calidad puede ser tan brutal que los clientes te acaben eligiendo siempre a ti).





## ESTRATEGIA DE FUNCIONAL

Es la mezcla de 4 variables de marketing para conseguir cumplir los **objetivos comerciales**. Deberá mantener coherencia entre las 4 variables para que su estrategia de marketing sea un éxito. Estas son las variables:

- **Producto:** imagen de marca, packaging, política de la marca



- **Precio:** métodos de pago (una empresa que quiera dar imagen de flexible y digital, deberá ofrecer métodos de pago).

• **La comunicación:** deberá estar adaptada al tipo de producto, precio y persona a la que se quiera vender el producto.



- **Distribución:** gestión de pedidos, seguimiento, almacenamiento y localización de puntos de venta.



## ESTRATEGIA DE CARTERA

Darás a conocer los productos que más beneficios te reporten en lugar de toda tu gama de productos para así comercializar los más rentables y poder disminuir los costes de tus estrategias de marketing.

Analizar la rentabilidad de un producto no solo te sirve para establecer una estrategia de marketing de cartera, también podría ser la raíz de la pregunta:

**¿Debería seguir invirtiendo en comercializar este otro producto que apenas me da beneficio?**





## **ESTRATEGIA ORIENTADA A LA GENERACIÓN DE TRÁFICO Y LEADS**

Obtener y captar el mayor número posible de visitantes o clientes en la web y darla a conocer a un público muy amplio y de calidad el producto de forma online, rellenar un formulario, solicitar un presupuesto, suscribirse a una newsletter o realizar una llamada para contratar un servicio



<https://youtu.be/ofuj6xEu0X8>