



EL MÀRQUETING DIGITAL

És el màrqueting associat a les noves tecnologies.

És possible agrupar cada eina del nou màrqueting en diferents àrees d'actuació.

EINES DEL MÀRQUETING DIGITAL

Publicitàries	De comunicació	Promocionals	Per la investigació de mercats	De control
<ul style="list-style-type: none"> - Microspost - SMS - Vídeo – Blogs - Banners - Cortinetes 	<ul style="list-style-type: none"> - Xarxes de contactes - Comunitats virtuals - Botigues virtuals 	<ul style="list-style-type: none"> - Cupons electrònics - Ofertes - Tarifes exclusives per contractació on –line 	<ul style="list-style-type: none"> - Segmentació - Enquestes - Grups escollits d'usuaris digitals 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestió de relacions amb els clients - Nombre mitjà d'impactes

LES “QUATRE PES” DEL MÀRQUETING DIGITAL

Producte, preu, promoció i plaça (place o distribució) són l'esquelet de qualsevol pla de màrqueting. Però el màrqueting digital també es divideix en quatre P en les seves pròpies àrees d'actuació:

- Personalització
- Participació
- Parell a parell (Peer to peer o d'igual a igual)
- Prediccions modelitzades (crear un model teòric)

Personalització:

Consisteix en **dissenyar productes o serveis que realment satisfacin les necessitats dels clients.**

Factors claus:

- Escoltar als consumidors
- Donar una altra possibilitat a escollir
- Atorgar rellevància a la participació

Ex: “Acumis” : botiga amb base a Internet que prepara combinats d'herbes, vitamines i minerals segons les indicacions de cada client i pot concentrar fins 95 ingredients en 3 o 4 pastilles.

□ **Participació:**

Avui en dia **els clients són protagonistes de les campanyes de màrqueting**. El mòbil o Internet ha possibilitat que els clients comparteixen les seves experiències al mateix temps que es converteixen en els millors publicistes de determinades marques.

Per l'empresa les claus són les següents:

- Crear comunitats d'usuaris vinculats per interessos comuns
- Desenvolupar entorns que afavoreixin la interactivitat
- Fomentar i premiar la participació

Ex: Campanya de Coca-Cola 2007 " El Cantó Coca-Cola de la Vida" va ser llançar una pel·lícula comercial en l'Univers virtual del SecondLife. A l'estrena hi va acudir amb els seus avatars(100 famosos) com Bono o AvrilLavigne. Van desfilat per una catifa vermella com si fos l'entrega dels Óscar, davant de periodistes de més de 16 països.

□ **Parell a parell:**

Les **recomanacions d'amic si coneguts** gaudeixen de més credibilitat que les dels seus anuncis comercials i a més a més, les noves tecnologies possibiliten conèixer les seves opinions i en temps real.

És rellevant:

- Generar confiança
- Facilitar la comunicació
- Donar a conèixer els missatges de màrqueting

Ex: Les xarxes socials on line: Tuenti o facebook són entorns virtuals en els quals cada opinió és automàticament compartida amb els contactes, els quals, a la vegada ho fan amb altres contactes.

□ **Prediccions modelitzades:**

Les noves tecnologies **permeten l'anàlisi immediata** dels comportaments i les tendències de clients i empreses. Per això, és possible adaptar les campanyes de màrqueting a les preferències dels clients.

S'apunten les claus següents:

- Acceptar les preferències dels consumidors
- Tenir capacitat d'adaptació
- Respectar la privacitat

RECURSOS ON LINE: entrevista sobre comerç per internet

<http://rac1.org/versio/blog/el-comerc-tradicional-busca-wally/>



Àrees d'actuació del màrqueting digital

Personalització	Participació	Parell a parell	Prediccions modelitzades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escoltar als consumidors 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear comunitats d'usuaris 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generar confiança 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceptar les preferències del consumidor
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donar la possibilitat d'escollir 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolupar entorns que afavoreixin la interactivitat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar la comunicació 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenir capacitat d'adaptació
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atorgar rellevància a la participació 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomentar i premiar la participació 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donar a conèixer els missatges de màrqueting 	Respectar la privacitat