

MARKETING DIGITAL Y RELACIONAL Y SU DESARROLLO EN LAS ORGANIZACIONES

Victor Manuel Hernández Banda¹, Luis Eduardo Patiño Reales², Erik Yessid Manjarres Nieto³, Danna Paola Álvarez Zambrano⁴, Luis Fernando Ospina Vásquez⁵

RESUMEN

El gran impulso del Marketing digital en las organizaciones, todo llega desde el punto de vista de innovación y creatividad dejando aparte los antiguos métodos de venta y publicidad, uno de los mayores fomentadores de información actualmente son las “redes sociales”, y las grandes empresas saben muy bien cómo utilizarlas a su favor, dándose a conocer y posicionándose en las personas mediante su diferentes publicidades creativas llamando así la atención de los usuarios, ya que una organización que cuente con el reconocimiento de los usuarios de internet, cuentan con un mejor tráfico y posicionamiento, el impacto de las empresas que hacen uso del marketing digital de una forma responsable y continua es muy notable en la sociedad digital y también en su crecimiento económico, abriendo conexión con el marketing relacional, ya que mediante la seguridad y el confort que la empresa le brinda al usuario depende su relación y cómo ve la empresa, fomentando una lealtad del cliente con la organización, gran parte que influye este es una buena publicidad estratégica.

PALABRAS CLAVE

Publicidad, redes sociales, reconocimiento, ventas, estrategia, organización

ABSTRACT

The great momentum of digital marketing in organizations, everything comes from the point of view of innovation and creativity leaving aside the old methods of sales and advertising, one of the biggest promoters of information today are the “social networks”, and large companies know very well how to use them to their advantage, making themselves known and positioning themselves in people through their different creative advertising thus attracting the attention of users, since an organization that has the recognition of internet users, The impact of companies that make use of digital marketing in a responsible and continuous way is very noticeable in the digital society and also in its economic growth, opening connection with relationship marketing, because through the security and comfort that the company provides to the user depends on their relationship and how they see the company, promoting customer loyalty with the organization, a large part that influences this is a good strategic advertising.

KEYWORDS

Advertising, social networks, recognition, sales, strategy, organization.

1 Correo electrónico: victorm-herndezb@unilibre.edu.co. Programa de Administración de Empresas

2 Correo electrónico: luise-patiñor@unilibre.edu.co. Programa de Administración de Empresas

3 Correo electrónico: eriky-manjarresn@unilibre.edu.co. Programa de Administración de Empresas d

4 Correo electrónico: dannap-alvarezz@unilibre.edu.co. Semillero Adminirse Programa Administración de Empresas

5 Correo electrónico: luisf-ospinav@unilibre.edu.co. Semillero SILOGI, Programa Administración de Empresas

INTRODUCCIÓN

El marketing digital tomo gran relevancia en las organizaciones en la actualidad, esto se debe a modernización de las personas y el impacto del internet en los usuarios, las organizaciones se adaptaron a la situación, ya que de esto dependía su subsistencia sacando un resultado positivo. Manejando el aspecto relacional, enfocándose también en cómo tratar y manejar a las personas, todo desde una misma estrategia. La publicidad y la relación con el cliente de esto depende el tráfico de la organización en el espacio digital. Las empresas y marcas se enfocan en promociones de sus productos o servicios, aprovechando así el auge digital que se encuentra a nivel mundial. Su misión ¿Cómo llamar la atención de sus usuarios? ¿Con que tipo de información? Manejando estrategias de contenido propio.

REFERENTES-CONTENIDO

La llegada del mundo digital trajo con sigo el surgimiento del “MARKETING DIGITAL” que es principalmente la herramienta y acciones por la cual empresas, organizaciones y marcas de forma estratégica brindan su publicidad en el mundo del internet a los usuarios que lo conforman, ya que en año 2021, 4.200 millones de personas usan las redes sociales ósea “internet” y esto revela que entonces, el 53,6% de la población mundial da uso a las redes sociales y también se tiene en cuenta que esta cifra aumenta cada vez más, analizando esta situación podemos apreciar que gran parte de la población que usa las “redes sociales” es consumidora de publicidad de diferentes empresas y marcas a nivel mundial, dando a conocer sus servicios y productos a los espectadores, aumentando la economía y el tráfico de la organización de una forma muy rápida y segura, también se tiene en cuenta que las empresas se exponen no solo en el mundo de las redes sociales sino también de la web, donde las organizaciones dejan aparte su modelo antiguo de posicionamiento y publicidad, donde todo dependía de una publicidad física “carteles, folletos y participación en periódicos” y de canales de televisión con los espacios publicitarios, pero en los años 90 las

empresas tuvieron que dar un giro y adentrarse al marketing digital, donde la publicidad debía ser de una forma estratégica que lograra tomar la atención del usuario.

Como todo el marketing digital tiene desventajas, tanto para la empresa que se da a conocer en mundo digital, como para el usuario “comprador” ya que muchas personas no utilizan este medio que tiene tanto impacto para dar a conocer su servicios y productos sino, para utilizarlo como método de estafa, ya que la publicidad puede ser tan llamativa que hace que los usuarios caigan en ella, las estadísticas del 2021 revelan una cifra de la siguiente encuesta, 95.000 usuarios presentaron quejas ante la Federal trade commission (FTC comisión federal de comercio) según PEW RESEARCH CENTER en el 2021, teniendo en cuenta que esta cifra no es mundial y tampoco se tienen en cuenta las personas que no presentaron queja alguna, para las empresas es un poco menos riesgoso ya que ella son las principales vendedoras, pero si se ven fallos a la hora de hacer algún publicidad ya que pueden ser propensas a recibir alguna demanda por derechos de autor o por robar alguna idea inconscientemente.

Las ventajas del mundo digital y las compras por medio de internet traen múltiples ventajas que benefician a las dos partes tanto para la organización como para el usuario (comprador), el beneficio que le brinda a las organizaciones el marketing digital es el alto crecimiento tanto de reconocimiento como del aspecto económico, la organizaciones que hacen parte del mundo virtual, que son la gran mayoría por no decir todas, el buen uso de las plataformas aumenta las ventas y el tráfico de la organización ya que gran parte de la población mundial gasta 6 horas diarias en redes sociales esto quiere decir que es muy fácil que los usuarios vean tu publicidad y de interesen por el producto o el servicio de la empresa. Los beneficios para los usuarios son más que todo de comodidad, ya que desde el lugar de su casa o desde donde tenga internet puede adquirir un servicio o comprar un producto, esto le brinda al usuario diferentes beneficios como lo son el ahorro de tiempo, evitar filas y de

dieta manera encontrar productos a menor precio ya que muchas de las ofertas sólo están en línea y esta es una forma para llamar la atención de los usuarios.

Garantizando los mayores beneficios del marketing digital en el caso de su rentabilidad en el mercado como su amplio público lo cual se le implementa principalmente tiempo e inversión. Se puede medir métodos que tradicionalmente pueden ser eficaces, La rentabilidad del marketing digital, es muy estable todo depende de la forma en la que lo aplicas, esta rentabilidad es muchísimo más barata y estable que cualquier servicio de marketing, ya que tienes una audiencia para satisfacer, lo difícil acá sería presentar la innovación en la publicidad, la grandes, medianas y pequeñas empresas, cuentan con una competencia muy grande en el mercado pero esto no limita su rentabilidad, lo vuelve un proceso más difícil pero no limitante, pero aunque tengas un orden y tengas especificada la inversión de la publicidad y la idea tendrás un paso adelante, ahorrar dinero, administrar el tiempo es algo que manejas desde el punto relacional.

Punto relacional y de calidad dentro del marketing digital en las empresas, lo relacional “MARKETING RELACIONAL” es clave fundamental a la hora de hablar del marketing ya que de acá depende la sostenibilidad de la organización y esto se organiza de la siguiente manera, con diferentes estudios de forma estratégica se crea o arma un vínculo confianza-económico, entre el cliente y la empresa, ya que acá lo que busca es mantener él clientes tenerlo satisfecho, tratándolo de manera cómoda donde la prioridad sea la perspectiva del cliente antes la empresa, ya que este punto será a favor de la empresa ya que dicho comprador puede recomendar la organización y así tener más flujo económico, esto también se logra con la calidad del producto o el servicio, ya que un producto de calidad da muy bien de qué hablar, aunque una mala publicidad planeada puede ser una buena opción de marketing ya que a la hora de estar a oídos de todos por tendencia la mayoría de los usuarios sabrán de la organización, viéndose interesada una parte de los usuarios. El control de calidad debe ser muy estricto en todas las empresas de todas las mag-

nitudes y esto se logra con el tiempo, el dinero y el orden.

METODOLOGÍA

Mediante este artículo y diferentes fuentes de información las cuales funcionaron como base para este mismo, respondemos las siguientes incógnitas, ¿tiene un impacto la publicidad? Claro que sí, es el método principal por el cual genera tráfico una organización o marca por lo que brinda en su publicidad, ya que no cabe resaltar que lo llamativo toma de nuestra atención, ¿tiene puntos negativos? Claro y esto afecta principalmente al usuario (comprador) ya que muchas personas usan esto como método de estafa en 2021, 95,000 clientes presentaron quejas ante la Comisión federal de comercio (FTC) acerca de fraudes.

Seth Godin

Godín, S. (2019). *Esto es marketing*. Paidós.

Vilma Núñez

Punto de vista de esta exponente de marketing digital

RESULTADO

El marketing digital tiene el impacto más alto y rápido actualmente, tanto que los éxitos de organizaciones dependen plenamente de eso, es ahí donde vemos su gran importancia, muchas cosas que se adquieren con facilidad es gracias al marketing digital y sus diversas publicidades.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a la investigación realizada sobre el tema de marketing digital, sabemos de qué es la herramienta que no ayuda a exponernos de manera estratégica en las redes sociales y así posicionar la empresa, dando a conocer los puntos negativos y positivos, donde acá nos deja claro que tan rentable es la llegada y el avance de la tecnología, ya que acá en este artículo, buscamos desmentir y demostrar como las empresas crecen mediante el marketing digital, demostramos cómo la publicidad afecta en el crecimiento económico y el tráfico de la organización, todo

esto con una estrategia atrás, explicando las diversas publicidades, como son las polémicas y la publicidad convencional pero innovadora, la idea es brindar conocimiento ya que a medidas de la creación de este artículo se ha adquirido una gran información de mucha relevancia, demostrando que el marketing digital tiene una de las mayores influencia del mercado actualmente.

BIBLIOGRAFÍA

A. (2018, 15 noviembre). El impacto del Marketing Digital en las empresas. AZ Marketing. <https://azmarketing.es/blog/el-impacto-del-marketing-digital-en-las-empresas/>

Arroyave, N. (2021, 27 septiembre). El impacto del Marketing Digital en la industria. digitaling. https://blog.niu.marketing/inbound-marketing/el-impacto-del-marketing-digital-en-la-industria?hs_amp=true

Barahona Armijo, F. V. (2017). El marketing digital como estrategia para el crecimiento de ventas en la microempresa muebles Barahona, cantón Riobamba, período 2017 (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2017).

Castaño, J. J., & Jurado, S. (2016). Marketing digital (Comercio electrónico). Editex.

de la Garza, J. (2019). Beneficios del marketing digital para la publicidad online. qsoft. [https://www.amocrm.com/es/blog/los-beneficios-](https://www.amocrm.com/es/blog/los-beneficios-del-marketing/#:%7E:text=personal%20con%20amoCRM-,El%20marketing%20digital%20es%20rentable,competir%20con%20las%20m%C3%A1s%20grandes)

[del-marketing/#:%7E:text=personal%20con%20amoCRM-,El%20marketing%20digital%20es%20rentable,competir%20con%20las%20m%C3%A1s%20grandes](https://www.amocrm.com/es/blog/los-beneficios-del-marketing/#:%7E:text=personal%20con%20amoCRM-,El%20marketing%20digital%20es%20rentable,competir%20con%20las%20m%C3%A1s%20grandes)

Estafas en redes sociales. (2020). AARP. <https://www.aarp.org/espanol/dinero/estafas-y-fraudes/info-2019/redes-sociales.html>

Galeano, S. (2022, 28 enero). El número de usuarios de internet en el mundo crece un 4% y roza los 5.000 millones (2022). Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.co/usuarios-de-internet-mundo/#:%7E:text=Dirigiendo%20nuestra%20atenci%C3%B3n%20a%20las,53.6%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial.>

Kadoch, L. (2022, 14 febrero). ¡Un año interesante! Estadísticas del marketing digital en el 2021. Leon Kadoch - Agencia de Marketing y Comunicación. <https://www.leonkadoch.net/estadisticas-del-marketing-digital-en-el-2021/>

Martin-Guart, R. & Botey López, J. (2020). Glosario de marketing digital.. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unilibre/titulos/167260>

¿Qué es la publicidad?: Definición, tipos e historia. (2015). publicidad. <https://www.alohacreativos.com/blog/que-es-publicidad>