

XIII. CERRANDO EL PLAN DE MARKETING DIGITAL



HERRAMIENTAS DIGITALES

1.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (E-RESEARCHING)

- *E- Segmentación (Análisis online de la demanda)
- *E- Encuestas
- *Grupos de enfoque en línea

2.- MARCA (E-BRANDING)

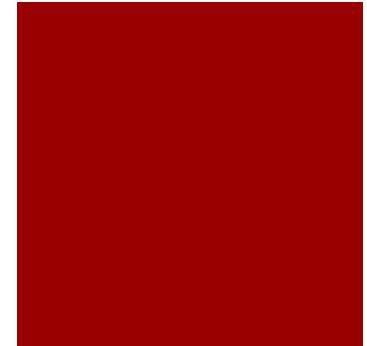
- *Webs interactivas
- *E- Placement

3.- PRODUCTO (PRODUCT E- MARKETING)

- *Marketing viral
- *Catálogo Electrónico

4.- PRECIO (E-PRICING)

- *Adaptación geográfica de precios online
- *E-Auction



5.- COMUNICACIÓN (E- COMMUNICATION)

- *Stakeholders Sites: Empleados (Intranet) Accionistas (Internet) Distribuidores (Extranet)

6.- PROMOCIÓN (E-PROMOTION)

- *Minisites Promocionales
- *Cupones Electrónicos

7.- PUBLICIDAD (E- ADVERTISING)

- *Enlaces Integrados
- *Rich Media Ads
- *Publicidad Contextual

8.- DISTRIBUCIÓN (E- TRADING)

- *E-Traking
- *Marketing de Afiliación

9.- COMERCIALIZACIÓN (E/M COMMERCE)

Portal E-Commerce

Market Place

Asesoramiento online de compra



10.- CONTROL (E- AUDIT)

E-CRM

ANALISIS SITUACIONAL





Escribiendo el Plan de Marketing Digital

CAPÍTULO XIV

Presentan:
Oswaldo Muñoz Castillo
Juan Carlos Sánchez Hernández

RESUMEN EJECUTIVO/ABSTRACT/ISSUE



¿QUE ES?



- Es la introducción en la que se hace referencia al desarrollo, propósito y el uso que se le dará al Plan

LAS 4Ps DEL MARKETING (TRADICIONALES)

De las viejas Ps...

PRODUCT



PRICE



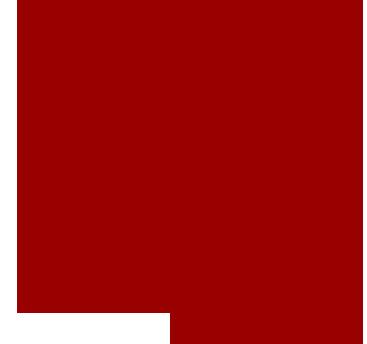
PLACE



PROMOTION



LAS NUEVAS 4Ps

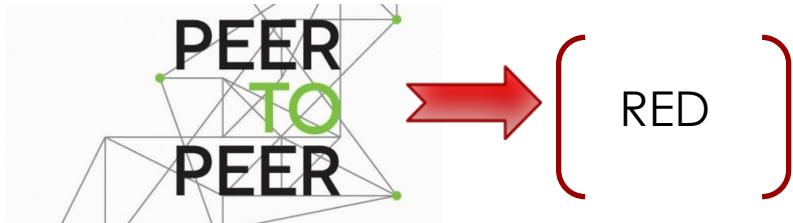


... A las nuevas

INTERNET + PEOPLE

4 NEW P'S:

- Personalisation
- Participation
- Peer-to-Peer
- Predictive Modelling



FUENTE: MANUEL ALONSO COTO

ANALISIS DIGITAL



CLIENTES
MERCADO
PRODUCTOS

CUERPO DEL PLAN

■ PUNTOS CLAVE

1. ANALISIS ESTRATEGICO DE LA COMPAÑIA Y SU ENTORNO

2. OBJETIVOS CUANTIFICADOS DE MARKETING

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING POR FEEDBACK
REDEFINICION DE
ESTRATEGIAS DESDE EL
PUNTO DE VISTA DIGITAL

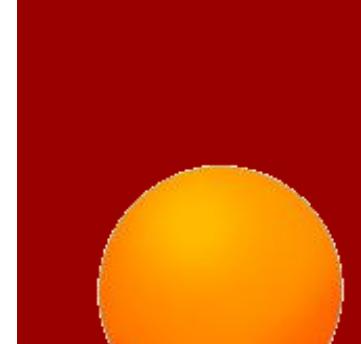


ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITA
EMANADAS DE LAS 10 AREAS DE **LAS 4P TRADICIONALES**

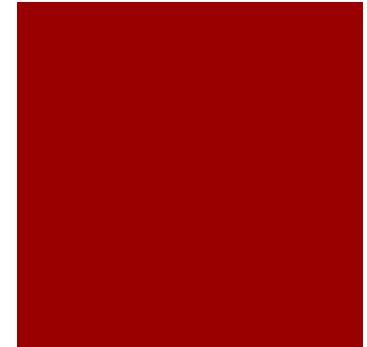
ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL
PROPYESTAS A TRAVES DE MAPAS
ESTRATEGICOS DE LAS 4P DEL MKT DIGITAL

BLOQUES

SELECCIÓN DE HERRAMIENTAS



1. ACCIONES TRADICIONALES DE LAS 4P
2. MATICES NUEVAS DE LAS 4P DEIGITALES
3. SELECCIÓN FINAL



PRESUPUESTOS Y ESCENARIOS

PLAN DE MARKETING DIGITAL

CONSERVADOR



TRADICIONAL

AGRESIVO



COMPETENCIA

OPTIMIZADO



RECURSOS PROPIOS

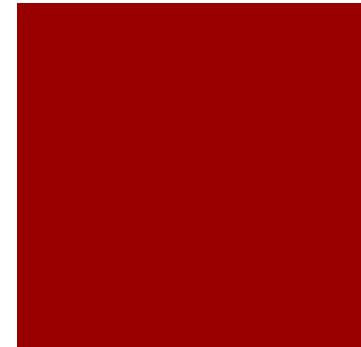
DEPENDE!!

FUNCION DE INGRESOS DE CADA
UNA DE LAS ACCIONES A ELEGIR

NO
ES SOLO UN
DOCUMENTO



PRESENTACION DEL PLAN



¿CÓMO LO COMUNICAMOS?



PRESENTACION
CONCISO
DISEÑO

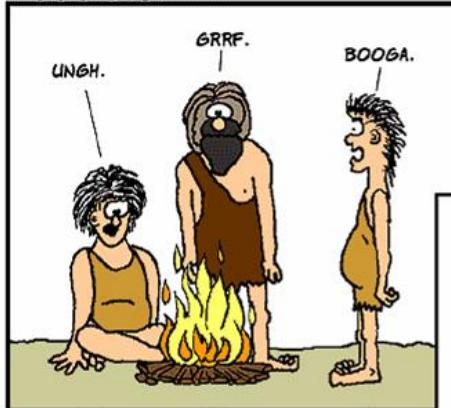
CONTROL, SEGUIMIENTO Y ACTUALIZACION DEL PLAN

EVOLUCIÓN

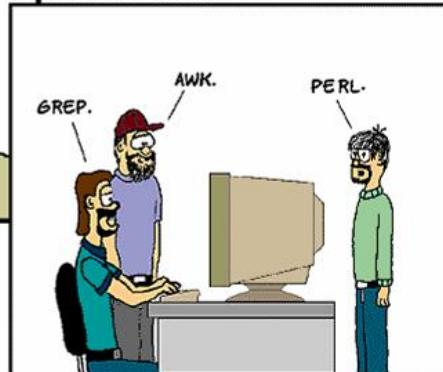


SISTEMA DE MONITOREO
MEDIANTE

6000 B.C.



2000 A.D.



ESTABLECIMIENTO DE STANDARS
(COSTOS)

MEDICION DE RESULTADOS
(IMPACTO)

MEDIDAS CORRECTORAS
(VARIACIONES)

Images taken from:
WWW.USERFRIENDLY.ORG
COPYRIGHT (C) 1999 ILLIAD
Modified by cafe.pm.org