

# E-Marketing

Neville A. Cross  
[cross@taygon.com](mailto:cross@taygon.com)  
<http://taygon.com>

# Unidad VI: Las TIC dentro de la Estrategia de Marketing

- Aplicación de las TIC al Marketing
- Importancia de las TIC en el Marketing
- Las TIC como parte de la Estrategia de Marketing

# Qué no es E-Marketing?

- No es gratis
- No es Spam
- No le da la ventaja a las Pymes
- No es un sustituto del Marketing tradicional
- No es una receta mágica
- No es una posición de todo o nada
- No son acciones dispersas
- No es fácil
- No hay ciencia establecida
- No es algo completamente nuevo

# Definición:

E-Marketing es el uso de herramientas digitales para mejorar nuestra comunicación con nuestros clientes actuales y potenciales.

# Problemas

La práctica de centrarse en el cliente se transforma en siglas CRM que luego es aplicado como etiqueta a productos existentes tales como call centers, seguimiento de transacciones, seguimiento de ventas, centro de ayuda para garantías, entre otros programas de computo que se venden para ayudarlos a centrarse en sus clientes. Muy pocos logran abarcar el abanico de funciones de CRM puesto que no fueron diseñados para eso.

# Problemas

Muchos quieren usar E-marketing para mercadearse como consultores y otros usan los artículos como generadores de tráfico para vender anuncios.

# Era digital

Las computadoras hacen que los problemas sean más grandes e internet hace que se sepa más rápido.

Conseguir clientes sigue siendo un proceso de establecer confianza.

Mantener clientes sigue siendo un proceso de honrar esa confianza.



# En qué el E-Marketing es único?

- Estadísticas completas sobre anuncios
- Registros exactos sobre recursos digitales
- Formas de comunicación automatizadas
- Darle control al cliente.

# Cuáles son estas herramientas?

- Página web
- Campañas web
- Anuncios en línea
- Correo electrónico
- Mensajería instantánea
- Boletines electrónicos
- Presencia en Redes Sociales
- Optimización de buscadores web
- Blogging

# Cuáles son estas herramientas?

Alertas via SMS puede ser una herramienta útil

Spam via SMS es conseguir clientes descontentos.

E-Marketing debe entrar a ser una parte de la estrategia de mercadeo y su rol debe ser cuidadosamente seleccionado en atención a los productos y clientes en conjunto con otras herramientas del mercadeo tradicional.

Así mismo debe ser cuidadosamente seleccionado cuales, de entre todas las opciones, son los elementos de E-marketing que se adecuan a nuestros productos y clientes.